

Estudo sobre Serviços de Aplicações e Conteúdos (*Over-The- Top* – OTT)

Relatório Integrado – Versão Pública
Os serviços OTT em Portugal

[22-01-2016]

ÍNDICE

0. Sumário executivo	1
1. Introdução.....	6
2. Revisão da literatura	9
2.1. Enquadramento económico dos mercados.....	9
2.1.1. Estrutura do Mercado das Comunicações Eletrónicas.....	10
2.1.1.1 Definição de Serviços OTT	10
2.1.1.2 Classificações dos Serviços OTT.....	10
2.1.1.3 Cadeia de Valor da Internet.....	12
2.1.2. Externalidades de Rede, Mercados de Dois Lados e os Serviços OTT.....	15
2.1.2.1 Externalidades de rede e mercados de dois lados.....	15
2.1.2.2 Classificação dos serviços OTT com base nas externalidades de rede	17
2.1.2.3 Política de preços nos mercados de dois lados	19
2.1.3 Neutralidade da Internet.....	23
2.1.3.1. A perspetiva dos utilizadores finais.....	30
2.1.4 Complementaridade e Substituibilidade	35
2.1.4.1 Complementaridade entre infraestruturas e serviços OTT.....	35
2.1.4.2 Substituibilidade	37
2.1.4.3 Mercado e poder de mercado.....	41
3. Serviços OTT – Impacto no setor das comunicações eletrónicas	45
3.1. A nível internacional	45
3.2. A nível nacional.....	54
3.3. Utilização da infraestrutura.....	59
3.4 Operadores de redes de comunicações eletrónicas	61
4. Quadro regulamentar do mercado dos serviços OTT	77
4.1. Na União Europeia.....	77
4.1.1. Alterações no mercado de comunicações eletrónicas Europeu	83
4.2. Em Portugal	86
4.3. Noutros países	87
4.4. Principais diferenças regulatórias	90
5. O consumo de Serviços OTT em Portugal.....	93
5.1 Estudo do lado da oferta	95
5.1.1 Metodologia do estudo do lado da Oferta.....	95

5.1.2	Serviços OTT em Portugal.....	96
5.1.3	Padrões de consumo dos OTT's e condições de oferta disponíveis.....	100
5.1.4	Estimação da evolução das condições de oferta e de procura de serviços OTT	102
5.1.5	Estimação da procura atual e futura de largura de banda associada à procura de serviços OTT	103
5.1.6	Análise de congestionamento resultante da procura de OTT	104
5.2	Estudo do lado da procura	106
5.2.1	Metodologia do Estudo do lado da Procura	106
5.2.2	Caracterização da amostra.....	108
5.2.3	Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis.....	111
5.2.4	Percepção do consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços – OTT's e operadores	135
5.2.5	Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT	152
5.2.6	Análise de congestionamento resultante da procura de OTT	159
6.	Estratégia e economia de negócio	161
6.1	Natureza do mercado dos serviços OTT (one-sided vs two-sided market).....	161
6.2	Papel da Inovação e Desenvolvimento.....	164
6.3	Estratégias seguidas pelos principais intervenientes no sector	165
6.3.1	Estratégias seguidas pelos operadores de redes fixas e móveis para fazer face aos serviços OTT.....	167
6.4	Cadeia de valor associada à prestação de serviços OTT.....	171
7.	Impacto sobre os vários serviços de comunicações eletrónicas e sobre a oferta de conteúdos.....	173
7.1	Impacto dos serviços OTT na oferta e procura dos diferentes serviços de comunicação electrónica	173
7.2	Necessidade de intervenção regulatória.....	177
8.	Definição de mercados relevantes e avaliação de poder de mercado significativo nos mercados relevantes suscetíveis de regulação <i>ex-ante</i>	185
8.1	Impacto previsível no crescimento da oferta e da adesão a serviços OTT	185
8.2	Relações de complementaridade e substituíbilidade entre serviços OTT e serviços de comunicações electrónica.....	187
8.2.1	Lado da oferta	187
8.2.2	Lado da procura.....	190
9.	Conclusões	197
	Lista de Acrónimos	206
	Referência de literatura	208

Anexos	214
--------------	-----

o. Sumário Executivo

O presente estudo tem como principais objetivos:

- Fornecer uma extensa revisão, nacional e internacional da literatura económica disponível sobre os serviços OTT e o seu impacto no setor das comunicações eletrónicas.
- Identificar os principais resultados de trabalhos de inquirição publicados relativamente ao mercado dos serviços OTT.
- Fazer uma revisão do quadro regulamentar que rege o mercado dos serviços OTT em Portugal e noutros países, assim como o impacto que a utilização crescente de serviços OTT terá na necessidade de intervenção regulatória.
- Analisar a estratégia e economia do mercado dos serviços OTT e os padrões de consumo destes serviços em Portugal.

Este documento encontra-se organizado de acordo com os seguintes capítulos:

- Introdução.
- Revisão da literatura.
- Serviços OTT – Impacto no setor das comunicações eletrónicas.
- Quadro regulamentar do mercado dos serviços OTT.
- O consumo de Serviços OTT em Portugal (lado da oferta e procura).
- Estratégia e economia de negócio.
- Impacto sobre os vários serviços de comunicações eletrónicas e sobre a oferta de conteúdos.
- Definição de mercados relevantes e avaliação de poder de mercado significativo nos mercados relevantes suscetíveis de regulação *ex ante*.
- Conclusões e Recomendações

O aumento na utilização dos serviços *over-the-top* (OTT) é bem visível. A título de exemplo, em 2013, o volume de mensagens enviadas através de serviços OTT, como é o caso do WhatsApp e Facebook Messenger, entre outros, em todo o mundo atingiu os 10 biliões, estimando-se que em 2018 este valor ascenda aos 67 biliões [4]. Também a utilização dos serviços VoIP, como o Skype e o Viber, entre outros, nos grandes mercados da União Europeia não parou de crescer desde 2012, esperando-se a continuação da tendência até 2018 (fonte: IDATE, 2013).

Paralelamente, as receitas dos serviços de voz e SMS (*short message service*) têm vindo a decrescer de forma consecutiva, esperando-se em alguns países uma manutenção desta tendência até 2020 [60]. No caso europeu, esta tendência de redução de receitas de voz e SMS traduziu-se numa redução no volume de receitas totais a partir de 2008 (fonte: IDATE, 2013).

Entre os fatores que podem contribuir para esta quebra de receitas contam-se a adesão crescente a pacotes de serviços de comunicações eletrónicas, a redução de preços grossistas de terminação de chamadas vocais em redes individuais móveis e fixas e a

redução dos preços de itinerância internacional. Adicionalmente, a eventual substituíbilidade entre os serviços de mensagens e de voz oferecidos pelos prestadores de serviços de comunicações e alguns serviços OTT, aliada ao facto de os preços cobrados pelos serviços OTT serem baixos ou mesmo nulos (como consequência das tarifas planas (*flat-rate*) praticadas pelos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas), também poderá não ser alheia a estas alterações.

Por outro lado, a existência de uma teia complexa de relações de complementaridade com ou sem rivalidade entre operadores de rede de comunicações eletrónicas e fornecedores de serviços OTT traz dificuldades quando se pretende distinguir a contribuição individual da rede e a contribuição dos serviços OTT para o valor social criado¹.

Nas estratégias utilizadas pelos prestadores do serviço de acesso à Internet para enfrentar a nova realidade decorrente do surgimento de serviços OTT destacam-se sobretudo as parcerias com os prestadores de serviços OTT.

Na literatura existem duas questões em debate: o campo de jogo nivelado (*level playing field*) e a neutralidade da Internet.

- Campo de jogo nivelado:
 - Analisar e compreender o fenómeno dos serviços OTT e ajustar regulação de operadores da rede de comunicações eletrónicas e/ou regular prestadores de serviços OTT.
 - Proteção de dados pessoais e segurança, transparência para o consumidor, interoperabilidade, entre outros, são importantes.
 - Mercados mais abrangentes e possibilidades de alojamento múltiplo (*multi-homing*) apontam para menor necessidade de regulação.
- Neutralidade da Internet:
 - O Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho da União Europeia estabelece medidas respeitantes ao acesso à Internet “aberta”; pode ler-se, no seu ponto (8): "Aquando da prestação de serviços de acesso à Internet, os prestadores desses serviços deverão tratar todo o tráfego equitativamente, sem discriminações, restrições ou interferências, independentemente do seu emissor ou recetor, conteúdo, aplicação, serviço ou equipamento terminal".

¹ O acesso à rede e os serviços OTT são produtos complementares e esta relação é bilateral na medida em que cada um destes produtos é essencial para a utilização do outro (o acesso à rede é essencial para ter acesso aos serviços OTT, mas por outro lado o utilizador da Internet retira valor da utilização de serviços OTT) e por isso a relação de complementaridade entre o acesso à rede e serviços OTT é indiscutível. No entanto sempre que os serviços OTT são substitutos dos SMS e das chamadas de voz oferecidas pelos operadores da rede de comunicações eletrónicas a complementaridade envolve rivalidade.

- Não havendo consenso na literatura científica sobre se a neutralidade da Internet proporciona níveis de bem-estar (excedente do consumidor ou excedente total) mais elevados do que cenários alternativos de violação deste princípio, parte da literatura sugere que cobrar preços de terminação referentes a tráfego gerado pelos serviços OTT ou priorizar tráfego podem conduzir a um aumento do bem-estar; os argumentos utilizados são argumentos de eficiência estática (os preços de terminação podem implicar uma redução dos preços pagos pelos UIs e a diferenciação do tráfego pode conduzir a uma utilização mais eficiente da capacidade instalada), eficiência dinâmica (violações da neutralidade podem conduzir a níveis de investimento mais elevados) e excluem a fragmentação da Internet como consequência de um cenário de não neutralidade da Internet.
- Perante a falta de consenso na literatura científica, Kramer, Wiewiorra e Weinhardt (2013) e Peitz, Schweitzer e Valletti (2014) defendem que intervenções *ex post* em matéria de neutralidade podem ser preferíveis a regulação *ex ante*.
- Kramer, Wiewiorra e Weinhardt (2013) alertam para a importância da transparência sobre as práticas de gestão de tráfego na rede, de vigiar os níveis de concorrência entre operadores da rede de comunicações eletrónicas (a transparência é ineficaz se não existirem operadores de redes de comunicações eletrónicas alternativos) e de implementar níveis mínimos de qualidade de serviço para evitar a "falácia da estrada de terra" (*dirt road fallacy*)².

Do lado da oferta e resultante do estudo qualitativo realizado com os principais agentes económicos do setor das comunicações eletrónicas obteve-se um mapa perceptivo do mercado em três dimensões complementares:

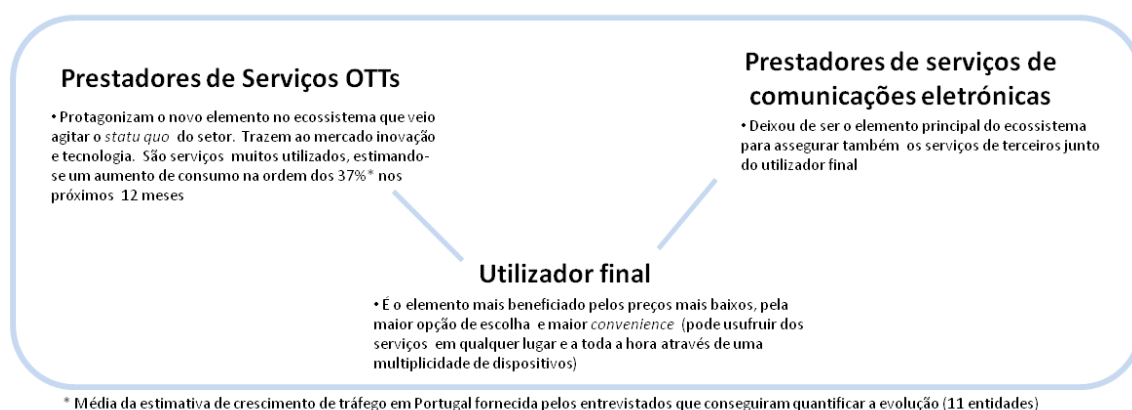


Fig. 0.1 – Enquadramento relacional

² Esta expressão refere-se ao facto de uma das consequências possíveis de se permitir a priorização de tráfego mediante pagamento por parte de prestadores de serviços OTT ser dar aos operadores da rede de comunicações eletrónicas incentivos para degradar a QoS na entrega do restante tráfego, o que lhes permite, em última instância, cobrar preços mais elevados pela priorização.

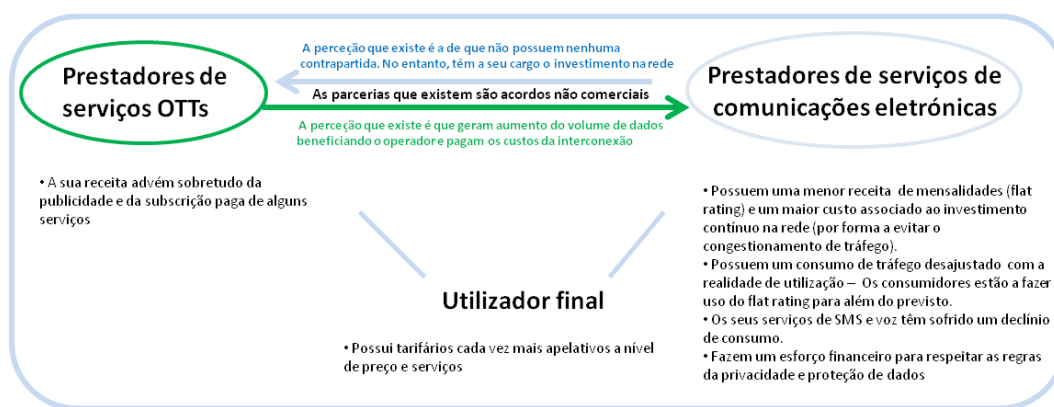


Fig. 0.2 – Enquadramento do negócio

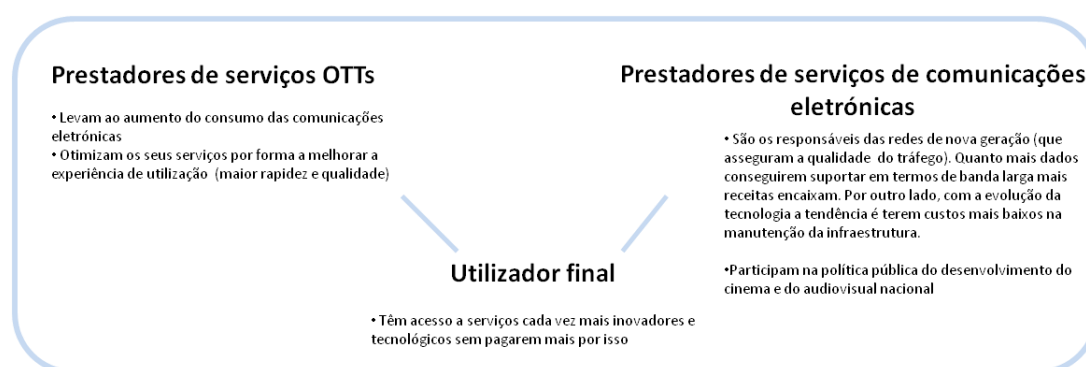


Fig. 0.3 – Enquadramento de valor no setor

Em termos de análise, e perante este mapa percetivo do mercado em três dimensões complementares, o desafio emergente a nível de regulação e políticas públicas passa, sobretudo, por não intervir em termos do valor gerado para o setor – A ideia subjacente é a de não travar a inovação e a tecnologia em prol do utilizador final (e em última instância do mercado e do país) mas conseguir que o ecossistema seja mais equilibrado para todos os intervenientes.

Assim, parece existir campo para:

- O regulador incentivar um compromisso entre quem distribui (Prestadores de serviços de comunicações eletrónicas) e quem possui serviços para distribuir (Prestadores de serviços OTT) no sentido de criar valor ao modelo de negócio;
- Um quadro regulatório onde aos Prestadores de serviços de comunicações eletrónicas e os Prestadores de serviços OTT tenham de respeitar as mesmas regras a nível da privacidade e proteção de dados e dos direitos de propriedade intelectual (por forma a estarem ambos no mesmo *playing field*);
- Um quadro regulatório onde os Prestadores de serviços de comunicações eletrónicas e os Prestadores de serviços OTT possuíssem os mesmos encargos a

nível dos sistemas de apoio e de obrigações de cada país (nomeadamente a nível do cinema e do audiovisual).

Do lado da procura e como resultado das entrevistas *online* (em linha) a uma amostra representativa dos utilizadores de Internet, verificamos que a maior utilização de Internet encontra-se na faixa etária até aos 34 anos e que o consumo de serviços OTT's se encontra em franca expansão em todas as classes etárias. Atualmente, no trimestre de abril a junho de 2015, observam-se quotas de utilização regulares que variam entre os 63% e os 99%, consoante o serviço em causa, apresentando como principais motivos para essa adesão, a facilidade de acesso, funcionalidades, qualidade dos serviços, preço baixo ou nulo e o número de outras pessoas que se encontram ligadas.

O período de maior utilização destes serviços é ao fim de semana, no horário das 19h às 7h e mesmo em períodos de maior tráfego a qualidade percecionada pelos utilizadores finais aparentemente não é afetada.

Os níveis de satisfação quer com os prestadores do serviço de acesso à Internet fixa e de acesso à Internet móvel, quer com os serviços OTT são bastante positivos, apresentando valorizações médias sempre acima dos 7 pontos, numa escala de 1 a 10. Os motivos dessa satisfação com o prestador do serviço de acesso à Internet fixa e de acesso à Internet móvel prendem-se na sua maioria com a boa cobertura de rede e velocidade.

O mesmo se passa com a qualidade percecionada dos serviços OTT, cujos valores médios também se situam acima dos 7 pontos. Note-se que as valorizações médias mais elevadas são apresentadas pelos serviços gratuitos, esta situação poderá ser justificada pelo facto de os utilizadores serem menos exigentes com a qualidade dos serviços gratuitos do que com a qualidade dos serviços pagos.

A ocorrência de falhas, tais como quebras de ligação, intermitência, etc., aquando da utilização dos serviços OTT, afeta quase cerca de metade dos utilizadores finais e na sua maioria a sua origem é atribuída ao prestador do serviço de acesso à Internet. Estes resultados são mais expressivos nos utilizadores de telemóvel inteligente (*smartphone*) / tablete.

Entre o trimestre de abril a junho de 2015 e igual período de 2016, a utilização de serviços OTT, regista uma estimativa de crescimento, do número de minutos utilizados, a rondar os 8% (fonte: inquérito online). Perante este crescimento é possível que um maior número de utilizadores aponte o acesso lento, quebras e interrupções, como motivos de insatisfação, no entanto, como indicam os resultados do inquérito *online*, não existem, para já, motivos de alarme no que respeita ao congestionamento resultante da procura destes serviços.

Atualmente, os serviços OTT ainda são percecionados como sendo predominantemente complementares dos serviços tradicionais, continuando estes últimos a ter liderança face aos primeiros. Caso num futuro próximo os serviços OTT passem na sua maioria a ser pagos a adesão a estes serviços, aparentemente tenderá a ser menor, porque é o preço baixo ou ausência deste que aparece como o principal motivo associado à utilização destes serviços.

1. INTRODUÇÃO

O rápido crescimento da Internet tem alterado consideravelmente a forma como as pessoas trabalham e vivem. Esta alteração não se restringe aos países desenvolvidos, mas é também visível nos mercados emergentes, e é em grande medida devida à utilização da Internet móvel, cujo tráfego em 2014 foi cerca de 30 vezes maior do que em 2000¹ [1].

A importância crescente da Internet no setor das comunicações eletrónicas pode conduzir a uma reformulação dos modelos de negócio dos operadores de redes de comunicações eletrónicas, que enfrentam o aparecimento de fornecedores de serviços, aplicações e conteúdos OTT, como é o caso de serviços de mensagens e chamadas de voz e vídeo (Skype, Viber, WhatsApp, Facebook Messenger,...) ou conteúdos áudio, vídeo, jogos e media (Youtube, Netflix, Spotify, iTunes,...) fornecidos sobre a Internet "aberta". Ao mesmo tempo, estes serviços OTT promovem em larga medida a procura de banda larga de alta velocidade. Este é o caso, por exemplo, da utilização da Internet usando o Skype para efetuar uma chamada de voz internacional, ou a partir do Netflix para ver filmes ou séries. Desta forma, o aparecimento e crescente utilização dos serviços OTT pode implicar uma adaptação no mercado das comunicações eletrónicas [2].

Um dos principais aspetos em debate sobre a utilização de serviços OTT é a questão do campo de jogo nivelado (*level playing field*), de acordo com a qual serviços com a mesma funcionalidade e que concorram uns com os outros devem estar sujeitos a um mesmo tratamento regulatório. De facto, se, por um lado, alguns serviços OTT podem ser considerados substitutos dos serviços de comunicação oferecidos pelos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, por outro lado, no caso europeu, apenas estes últimos estão sujeitos ao quadro regulamentar das comunicações eletrónicas da UE. Este facto traduz-se numa assimetria de tratamento no que respeita a diferentes aspetos, incluindo a garantia de oferecer níveis mínimos de qualidade de serviço, a garantia de interoperabilidade entre serviços OTT, a obrigatoriedade de disponibilizar chamadas para números de emergência, mas também questões de privacidade e proteção de dados, a possibilidade de interceção judicial de conteúdo e questões de tributação, entre outras.

Outra questão prende-se com o princípio da neutralidade da Internet. No Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho da UE que estabelece medidas respeitantes ao acesso à Internet "aberta" pode ler-se, no seu ponto (8): "Aquando da prestação de serviços de acesso à Internet, os prestadores desses serviços deverão tratar todo o tráfego equitativamente, sem discriminações, restrições ou interferências, independentemente do seu emissor ou recetor, conteúdo, aplicação, serviço ou equipamento terminal". Já em [3], por neutralidade da Internet entende-se a ausência de qualquer tipo de favorecimento, desfavorecimento ou bloqueio de tráfego por parte dos operadores de redes e prestadores de serviços de acesso à Internet com base na origem, destino ou natureza dos dados. Este princípio garante o livre acesso a qualquer tipo de informação por parte de todos os utilizadores.

¹ Já o volume global de tráfego IP cresceu mais de 5 vezes entre 2010 e 2014 e estima-se que crescerá 3 vezes mais nos próximos 5 anos, para atingir 1 zettabyte em 2016 e 2 zettabytes em 2019 [1].

A imposição da neutralidade da Internet é um exemplo que mostra como a regulação pode afetar as receitas dos operadores de redes, dependendo das decisões que forem tomadas. De facto, numa interpretação forte do princípio da neutralidade da Internet, entre as violações da neutralidade de rede encontram--se o pagamento de preços de terminação por parte dos fornecedores de serviços OTT aos operadores de redes e a priorização de tráfego pelos operadores de redes, que poderá ser praticada no âmbito de parcerias realizadas entre operadores de redes e fornecedores de serviços OTT, como é o caso da prática de tarifação-zero, isto é, a permissão de acesso a serviços OTT sem repercussão no plano de dados. Se esta prática de tarifação-zero não parece ser visada no Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho da UE que estabelece medidas respeitantes ao acesso à Internet “aberta”, ainda assim pode ler-se no seu ponto (11) que "deverão ser proibidas práticas de gestão do tráfego que bloqueiem, abrandem, alterem, restrinjam ou degradem conteúdos, aplicações ou serviços específicos, ou categorias específicas dos mesmos, ou que estabeleçam discriminações entre eles ou neles interfiram, e que sejam mais gravosas do que as medidas razoáveis diferenciadas de gestão do tráfego". Assim, o bloqueio e a priorização de tráfego são, claramente considerados violações do princípio da neutralidade da Internet neste documento. Conclui-se que a implementação da neutralidade da Internet retira aos operadores de redes de comunicações eletrónicas a capacidade de controlar os conteúdos que circulam nas suas redes e facilita, nomeadamente, o fornecimento de serviços OTT que são substitutos dos serviços fornecidos pelos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, tais como as mensagens e chamadas de voz. Perante a possível substituição destes serviços pela utilização de aplicações como o WhatsApp e o SkypeOut, os operadores de rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas têm vindo a adoptar várias estratégias, como é o caso de alteração de tarifários, oferecendo tarifários planos (*flat rate*) ou tarifação-zero (*zero rate*) para alguns serviços OTT, e a efectuar parcerias com fornecedores de serviços OTT. Apesar destas medidas, a título de exemplo, o valor das receitas dos três principais operadores Portugueses (MEO, NOS e Vodafone) sofreu uma quebra que ronda os 5,03% entre 2010 e 2013²

Ainda em Portugal, assim como na generalidade dos países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento, a adesão e utilização de serviços, aplicações e conteúdos OTT encontram-se em grande crescimento, provocando uma mudança no setor das comunicações eletrónicas. A título de exemplo, em 2013, o volume de mensagens enviadas através de serviços OTT em todo o mundo superou pela primeira vez o volume de SMS enviados, atingindo os 10 biliões, estimando-se que em 2018 este número ascenda aos 67 biliões (ver capítulo 3 deste documento) [4]. Já em Portugal, o volume de SMS enviados no quarto trimestre de 2014 apresenta uma quebra de 8,1% em relação ao mesmo período do ano anterior [5], enquanto a percentagem de utilizadores de telemóvel que utilizam serviços de mensagem via IP aumentou de 13,8% para 28,3% no mesmo período [6]. Num ambiente complexo e em constante mudança, torna-se importante determinar qual o papel da regulação.

Neste contexto, a ANACOM adjudicou um estudo sobre a economia do negócio dos serviços OTT disponíveis em Portugal, contendo a evolução previsível da mesma, bem como o correspondente impacto sobre o setor das comunicações eletrónicas e os desafios emergentes ao nível da regulação e de políticas públicas. O presente relatório pretende fornecer uma

² Relatório e Contas da MEO, Vodafone e NOS, anos 2010-2013

extensiva revisão, de âmbito nacional e internacional, da literatura disponível sobre os serviços, aplicações e conteúdos OTT e sobre o seu impacto no sector das comunicações eletrónicas, bem como dos principais resultados dos trabalhos de inquirição publicados. Pretende igualmente, revelar a visão de dois prismas distintos, através dos resultados obtidos a partir de dois estudos de mercado, um junto dos consumidores (lado da procura) aferindo o consumo dos serviços OTT em Portugal e um outro junto dos principais agentes económicos intervenientes no sector (lado da oferta) mostrando a estratégia e economia do negócio dos serviços OTT.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 ENQUADRAMENTO ECONÓMICO DOS MERCADOS

As redes de comunicações eletrónicas de acesso fixo e móvel em banda larga tornaram-se infraestruturas fundamentais para a economia Europeia e mundial, por fornecerem aos utilizadores finais da Internet (UIs) serviço de acesso à Internet. Para além da disponibilização de serviços de comunicação e de permitir pedidos de compras *online*, a Internet é atualmente um dos veículos preferenciais da publicidade³, e permite ainda a entrega de conteúdos aos UIs, quer gerados por fornecedores especializados, quer gerados pelos próprios UIs [7], [8].

A Internet começou por ser uma "rede de redes" com o principal objetivo de permitir a transferência de mensagens, para ser hoje em dia o "mercado dos mercados", onde interagem variados agentes económicos. Neste capítulo:

- é feita uma descrição da estrutura do mercado das comunicações eletrónicas e detalhando o papel de cada interveniente;
- são identificadas as externalidades de rede presentes nestes mercados, definidos mercados de dois lados e exploradas as políticas de preços que vigoram nestes mercados;
- são apresentados conceitos de neutralidade da Internet, bem como os principais argumentos usados no debate que envolve este princípio e;
- são exploradas as relações de complementaridade e substituíbilidade existentes entre os serviços OTT e os serviços fornecidos pelos operadores de redes / prestadores de serviços de comunicações eletrónicas.

³ A publicidade na Internet inclui anúncios tipo bandeira (*banner*) presentes nas páginas de Internet visitadas (*display advertising*), publicidade segmentada presente nos motores de busca (*search engine advertising*) e nas redes sociais, bem como mensagens publicitárias enviadas por correio eletrónico. No seu relatório de Março de 2015, a ZenithOptimedia [89] prevê um crescimento mundial do investimento em publicidade de 4,4% para o ano de 2015, suportado pela força crescente da publicidade na Internet, em especial pelo vídeo *online*, que deverá crescer a uma taxa anual de 29% até 2017, quando deverá atingir os 23,3 mil milhões de dólares; por outro lado, o investimento em publicidade pelos canais tradicionais, nomeadamente jornais e revistas, deverá cair (nesse período, os jornais e revistas deverão perder, respetivamente, 6,2 mil milhões e 2,7 mil milhões de dólares).

2.1.1 ESTRUTURA DO MERCADO DAS COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS

2.1.1.1 DEFINIÇÃO DE SERVIÇOS OTT

Para efeitos deste documento, consideram-se serviços, aplicações e conteúdos OTT (genericamente aqui designados por serviços OTT) aqueles disponibilizados através da Internet “aberta” e com base na interligação IP⁴.

Exemplos de serviços OTT são os serviços de mensagens instantâneas (como o Facebook Messenger, o iMessage e o WhatsApp), serviços de chamadas de voz e vídeo (como o FaceTime, o Skype e o Viber), serviços audiovisuais de áudio e de vídeo (como a Apple Music, o Spotify e o Vevo no caso da música e o Hulu, Netflix, o Youtube e o Wuaki.tv no caso dos audiovisuais de vídeo), compra e descarga de ficheiros *media* (como a Amazon e o iTunes), redes sociais (como o Facebook, o Instagram, o LinkedIn e o Twitter), jogos que podem ser transferidos para consolas de jogos, computadores ou telemóveis e jogos *online* interativos, motores de busca e agregadores de informação (como o Google e o Yahoo), partilha de ficheiros que oferecem o *peer-to-peer* ou grupos de debate (*newsgroups*) como modelos de distribuição (como o BitTorrent, o eDonkey e o Gnutella), armazenamento que envolve transferências de dados usando o Protocolo de Transferência de Dados (*File Transfer Protocol*) e seus derivados (como a Apple, a Dropbox, a Google e a Microsoft).

Assim, os serviços OTT englobam um vasto leque de serviços, aplicações e conteúdos na esfera da comunicação, do entretenimento, da distribuição e do armazenamento de informação, entre outras. No Anexo A é apresentada uma lista exemplificativa de serviços OTT disponíveis em Portugal (englobando serviços de mensagens instantâneas, serviços de chamadas de voz e vídeo e serviços audiovisuais de áudio e vídeo).

Os serviços OTT têm atraído muitos utilizadores e geram tráfego no serviço de acesso à Internet através das redes fixas ou móveis. Adicionalmente, alguns serviços OTT concorrem com os serviços de comunicações eletrónicas oferecidos pelos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, razão pela qual em algumas secções deste estudo serão focadas apenas algumas das categorias de serviços OTT elencadas.

2.1.1.2 CLASSIFICAÇÕES DOS SERVIÇOS OTT

São várias as classificações possíveis dos serviços OTT. Na secção 2.1.2.2. apresentamos uma classificação do ponto de vista da empresa, tendo por base o conceito de externalidades de rede. Já do ponto de vista do consumidor, os serviços OTT podem classificar-se com base no tipo de serviço que é oferecido, isto é, de acordo com o fim a que se destinam, nas categorias que se seguem:

⁴ De acordo com a definição de serviços OTT adotada na Nota Explicativa que acompanha a Recomendação de 2014 da CE sobre mercados relevantes (nota de rodapé 27, pág. 16): "An OTT service provides a product over the internet bypassing the traditional distribution channels, such as for example messaging services, or unmanaged VoIP".

1. Comunicações - por exemplo, serviços VoIP e IM (ex: Skype, Viber e Facebook Messenger)⁵;
2. Serviços audiovisuais (Áudio/Vídeo) de fluxo contínuo de dados, que permitem distribuir informação multimédia através de transferência de dados, utilizando a Internet (ex: Youtube, Spotify, SoundCloud);
3. Redes sociais, que permitem a comunicação e a partilha de informação entre grupos específicos de utilizadores (ex: Facebook, LinkedIn, Instagram);
4. Partilha, sincronização e armazenamento de ficheiros entre grupos de utilizadores (ex: Dropbox, Google Drive, iCloud);
5. Pesquisa de informação/Motores de busca (ex: Google, Sapo, Yahoo!);
6. Serviços de comércio eletrónico (Amazon, OLX, Ebay).

Outra possível classificação, ainda do ponto de vista do consumidor, não muito diferente da anterior ou que até a pode completar, é retirada de [9]:

1. Comunicações em tempo real;
2. Serviços de entretenimento de vídeo;
3. Teletrabalho/Telepresença;
4. Computação e armazenamento em nuvem;
5. Internet das coisas;
6. Casas inteligentes.

Do ponto de vista da autoridade reguladora nacional do setor das comunicações eletrónicas (ARN), poderá ser importante considerar em que medida os serviços OTT são considerados:

1. Serviços de Comunicações Eletrónicas (SCE) de acordo com a Diretiva 2002/21/EC de 7 de Março de 2002 [10];
2. Serviços OTT que concorrem com os SCE;
3. Serviços OTT que não se incluem nem concorrem com os SCE .

Esta é a base da taxonomia dos serviços OTT proposta no relatório do BEREC/ORECE de Outubro de 2015 [11].

De acordo com a Diretiva 2002/21/EC de 7 de Março de 2002 [10], por SCE entende-se "o serviço oferecido em geral mediante remuneração, que consiste total ou principalmente no envio de sinais através de redes de comunicações eletrónicas, incluindo os serviços de telecomunicações e os serviços de transmissão em redes utilizadas para a radiodifusão, excluindo os serviços que prestem ou exerçam controlo editorial sobre conteúdos transmitidos através de redes e serviços de comunicações eletrónicas". Uma vez que esta definição de SCE dá azo a diferentes interpretações, no referido relatório [11], dá-se a indicação de que a definição de SCE se baseia no princípio da responsabilidade pelo envio de sinais. À luz desta interpretação, podem ser considerados SCE aqueles serviços OTT que estabelecem uma ligação à rede telefónica pública, já que neste caso haverá responsabilidade parcial por parte do fornecedor do serviço OTT pela terminação e, logo, pelo envio de sinais através de redes de comunicações eletrónicas.

⁵ Excluem-se os serviços VoIP disponibilizados pelo próprio prestador dentro da sua rede que, uma vez que não usam a Internet "aberta", não são considerados serviços OTT.

Assim, a origem e a terminação das comunicações são critérios que podem servir de base a uma classificação de serviços OTT como SCE. Outro critério que pode ser usado pela ARN para classificar um serviço OTT é a intensidade de utilização da infraestrutura. Em suma, critérios que podem ser relevantes para uma classificação de serviços OTT na perspetiva da ARN como SCE ou meros substitutos dos SCE são:

1. Origem das comunicações: determinar se o serviço OTT em causa possibilita que o envio de informação (voz, texto, dados, imagem, vídeo,...) se faça apenas a partir de um terminal ligado à Internet, ou se é possível, por exemplo, estabelecer chamadas com origem na rede telefónica pública e dirigidas a um terminal ligado à Internet (VoIP In).
2. Terminação das comunicações: determinar se o serviço OTT apenas permite a transmissão de informação para terminais ligados à Internet ou se é possível, por exemplo, efetuar uma chamada para a rede telefónica pública (VoIP Out).
3. Utilização da rede de comunicações eletrónicas: avaliar o grau de utilização da infraestrutura que o serviço OTT implica e até que ponto essa utilização (tráfego, conexão) se faz mediante algum tipo de acordo, combinação e/ou remuneração.

2.1.1.3 CADEIA DE VALOR DA INTERNET

Para além dos serviços OTT, o ecossistema comercial da Internet é composto por vários agentes espalhados por todo o mundo. Os UIs acedem à Internet usando diferentes meios, nomeadamente computadores de secretária, computadores portáteis, tabletes, consolas de jogos (por exemplo, PlayStation e Xbox), telemóveis inteligentes e televisores fornecidos por fabricantes de dispositivos. Este acesso à Internet é feito através do serviço prestado pelo prestador do serviço de acesso à Internet, que pode ou não ser o operador de rede, mediante pagamento de mensalidade pelo UI. Em muitos casos, os valores pagos são independentes do tráfego gerado.

Por outro lado, os fornecedores de serviços OTT oferecem serviços, aplicações e conteúdos aos potenciais UIs através do acesso (fixo/móvel) a uma rede de comunicações eletrónicas. Os conteúdos são produzidos por fornecedores de conteúdo especializados ou até pelos próprios UIs. Alguns destes fornecedores obtêm receitas de anunciantes, pela publicidade entregue aos UIs.

Em termos gerais, a cadeia de valor da Internet envolve vários tipos diferentes de intervenientes. Esta cadeia não é exclusivamente vertical; aliás, segundo alguns autores, o conceito de cadeia de valor deve dar lugar ao conceito de rede de valor dada a complexidade de relações entre intervenientes (veja-se a este respeito, por exemplo, [12] e [13]).

Por outro lado, a relação de complementaridade entre produtos oferecidos pelos diferentes intervenientes envolve, em alguns casos, rivalidade. Por exemplo, quando consideramos a relação entre fornecedores de serviços OTT e operadores da rede, existe uma relação de complementaridade bilateral já que a ligação à Internet é essencial para que os UIs acedam aos serviços OTT e, no sentido inverso, os UIs valorizam a ligação à Internet na medida em que esta ligação lhes permite utilizar os serviços OTT. Por outro lado, esta complementaridade pode envolver rivalidade, o que é notório quando consideramos serviços

OTT de comunicação como o Skype ou o WhatsApp. Nestes casos, o operador da rede e fornecedor de serviços de comunicações eletrônicas pode ter incentivo em degradar a qualidade do serviço OTT ou em fornecer os próprios serviços OTT.

Antes de passar a uma descrição dos segmentos estratégicos do mercado, há que referir que neste contexto existem vários elementos de integração vertical⁶, em particular entre operadores da rede e fornecedores de serviços OTT, entre fornecedores de serviços OTT e fornecedores de conteúdo, e entre fabricantes de dispositivos e agregadores de conteúdos e serviços.

Apresentamos, na Fig. 2.1.1.3.1, a cadeia de valor da Internet, associada à prestação de serviços OTT.

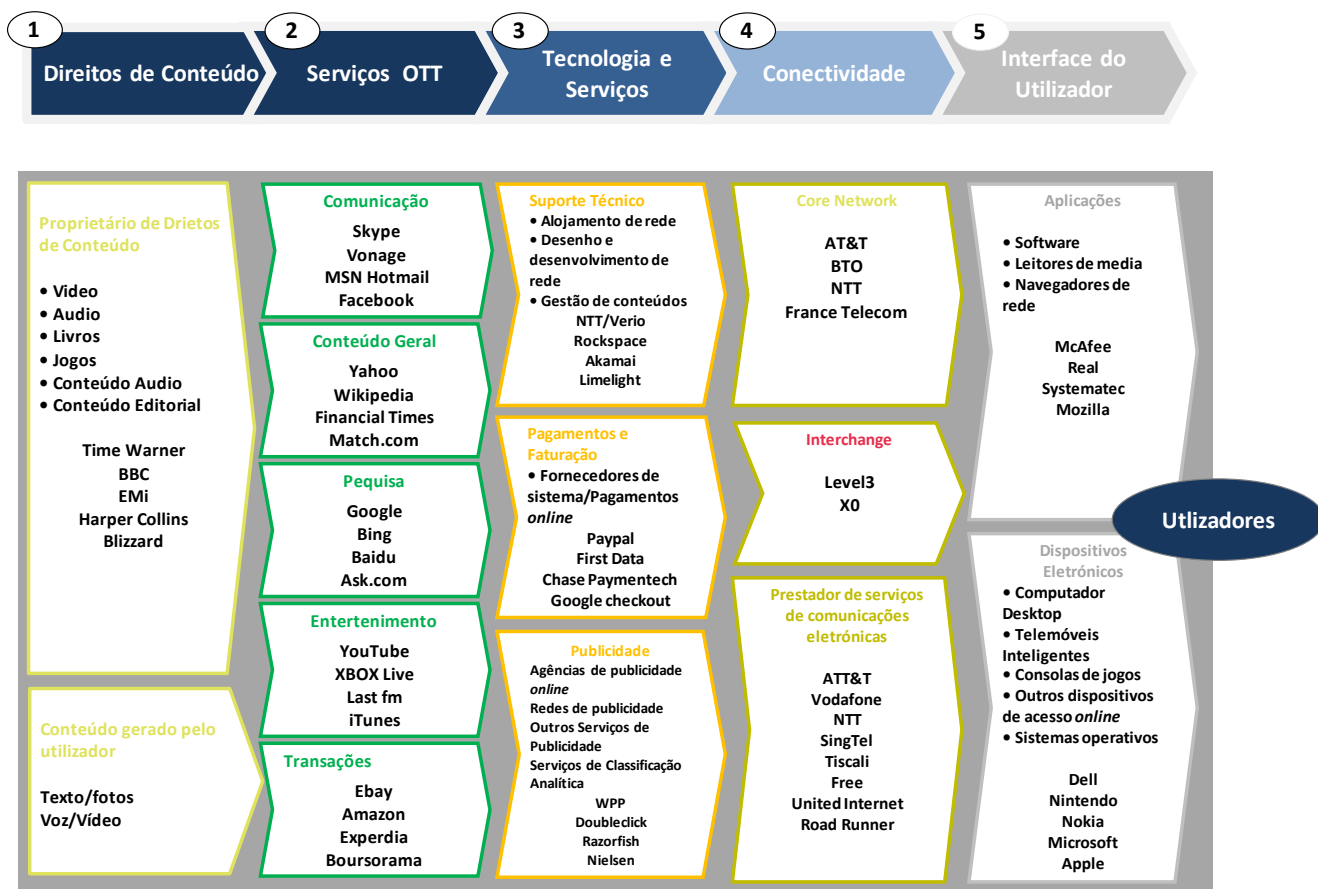


Fig. 2.1.1.3.1 - Cadeia de valor associada à prestação de serviços OTT. Fonte: [14].

⁶ Em microeconomia ou gestão estratégica, a integração vertical é uma forma de organização e controle empresarial. Companhias verticalmente integradas estão unidas através de uma hierarquia e partilham um dono comum. Normalmente, cada membro da hierarquia produz um produto diferente e os produtos combinados satisfazem uma necessidade.

Esta cadeia de valor expõe os segmentos estratégicos do mercado, repartidos em diferentes categorias de serviço [14]:

1. Direitos de conteúdo

Os direitos de conteúdo, neste mercado, referem-se ao provisionamento de conteúdo para fins lucrativos numa base comercial. Os proprietários dos direitos de conteúdo são, por norma, as organizações de *media*, que fornecem conteúdo em troca de uma parte das receitas geradas com o mesmo ou de taxas de licença.

Note-se, porém, que uma parte significativa do conteúdo existente na Internet é criada pelos próprios utilizadores e, nestes casos, tipicamente não é remunerado, embora os utilizadores possam garantir um determinado nível de publicidade ao especificar quem poderá ter acesso ao seu conteúdo (por exemplo, se se tratar de uma publicação numa rede social, o utilizador poderá definir quem tem acesso ao conteúdo publicado).

2. Serviços OTT

Os serviços OTT são descritos no início desta seção.

3. Tecnologia e serviços

A tecnologia e os serviços de disponibilização de conteúdo desempenham um papel essencial na distribuição e criação de receitas associadas aos OTT. Tendo em conta que este mercado é altamente fragmentado, podemos identificar três grandes grupos principais: tecnologias de suporte (engloba o desenho, desenvolvimento e manutenção das páginas de Internet, bem como plataformas de serviços técnicos, tais como sistemas de gestão de conteúdo), pagamentos *online* (inclui todas as plataformas de pagamento usadas para processar pagamentos *online*, bem como tecnologias que permitem banca eletrónica e processadores de pagamentos, entre outros serviços) e serviços de publicidade (inclui as agências de publicidade, bem como as redes de publicidade *online* que fornecem infraestrutura técnica e financeira para a publicidade, fornecedores de publicidade direta que acolhem e distribuem publicidade *online*, e fornecedores de serviços de analítica que medem e analisam o tráfego *online*).

4. Conectividade

A conectividade refere-se ao acesso à Internet, disponibilizado pelos operadores da rede/prestadores de serviços de comunicações eletrónicas.

5. Interface do utilizador

O interface do UI é um elemento essencial na cadeia de valor, agregando quer os dispositivos eletrónicos, quer os programas informáticos. As receitas obtidas advêm, essencialmente, de preços pagos pelos UIs pelo consumo de um determinado dispositivo ou programas informáticos ou de subscrições.

Observam-se diferentes graus de concorrência, tanto na camada dos operadores da rede, como na camada dos fornecedores de serviços OTT. No primeiro caso, a concorrência depende da localização física (em particular, urbana vs. rural), do segmento do utilizador

final (trabalho vs. residencial), mas também do tipo de redes (fixa vs. móvel ou cobre vs. rede de nova geração), entre outros. No segundo caso, a concorrência depende do tipo de aplicação ou segmento de mercado (por exemplo, música digital ou serviços de viagem). A concorrência num determinado segmento de mercado pode ser complexa e envolver diferentes modelos de negócio que concorrem uns com os outros. Por exemplo, a Google, o Ebay e a Amazon concorrem diretamente uns com os outros enquanto ambientes de retalho diferentes, mas as três empresas são caracterizadas por modelos de negócio muito distintos. O grau de concorrência depende das especificidades do mercado, incluindo o volume dos custos associados à mudança para uma oferta concorrente (por exemplo, porque os dados pessoais não podem ser transferidos facilmente) e da importância dos efeitos de rede.

2.1.2 EXTERNALIDADES DE REDE, MERCADOS DE DOIS LADOS E OS SERVIÇOS OTT

2.1.2.1 EXTERNALIDADES DE REDE E MERCADOS DE DOIS LADOS

As externalidades de rede estão presentes tanto ao nível dos operadores da rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, como nos serviços OTT.

Por externalidade de rede entende-se o efeito que um utilizador de um produto ou serviço tem sobre o valor desse produto ou serviço para outros utilizadores⁷. Assim acontece no caso do Facebook e de outras redes sociais, onde um dos benefícios para os utilizadores é a possibilidade de interagirem com os amigos e reestabelecerem ou manterem contactos, de tal forma que, quanto mais popular for uma rede social, maior é a probabilidade de existirem novas subscrições.

As redes sociais, bem como as aplicações de voz e mensagens, são exemplos de externalidades de rede diretas, onde o benefício de um utilizador depende diretamente do número de utilizadores destes produtos. Em determinadas situações, as externalidades de rede dizem-se indiretas. Nestes casos, há dois grupos de utilizadores de um produto ou duas redes e efeitos de rede cruzados, isto é, cada utilizador pertencente a cada um dos grupos beneficia com a procura do produto em causa por parte do outro grupo de utilizadores. Por exemplo, no mercado das reservas *online*, os vendedores de viagens preferem portais visitados por muitos potenciais compradores e, simultaneamente, os compradores são atraídos para portais de reserva com muitos vendedores. A presença de efeitos de rede cruzados nos dois sentidos determina a presença de externalidades de rede indiretas: o benefício de um utilizador no lado A depende (diretamente) da procura no lado B e, uma vez que o benefício de um utilizador do lado B depende (diretamente) da procura no lado A, o benefício de um utilizador no lado A depende indiretamente da procura no lado A [15].

O conceito de externalidade de rede está intimamente ligado à distinção entre mercado de um lado (*one-sided market*) e mercado de dois ou múltiplos lados (*two or multi-sided market*). De facto, nos artigos seminais sobre mercados de múltiplos lados, como é o caso de

⁷ De acordo com Katz e Shapiro (1985) [16] existem externalidades de rede quando a utilidade que um determinado consumidor deriva da compra de uma unidade de um bem depende do número de utilizadores que fazem parte da rede associada a esse bem.

[16], [17] e [18], considera-se que os mercados de um lado são mercados que apenas exibem externalidades de rede diretas, enquanto a presença de externalidades de rede indiretas entre dois ou mais grupos de utilizadores caracteriza os mercados de múltiplos lados. Considere-se o caso dos operadores da rede, que proporcionam a ligação entre os fornecedores de serviços OTT, de um lado do mercado, e os UIs, do outro lado. Os operadores de redes são uma plataforma num mercado de dois lados, composto pelos fornecedores de serviços OTT e pelos UIs já que cada um dos lados deste mercado beneficia com o aumento do número de agentes no outro lado do mercado. Muitas vezes, os próprios fornecedores de serviços OTT obtêm as suas receitas de anunciantes, o que faz com que também possam ser vistos como uma plataforma de dois lados, ao permitir a oferta de conteúdo de terceiros (a publicidade) aos UIs, isto é, ao permitir a ligação entre anunciantes e UIs (por exemplo, o anúncio no Google News que chega aos UIs através do telemóvel). Quanto maior o número de UIs, maior o valor para os fornecedores de serviços OTT, uma vez que atraem mais receitas de publicidade; por outro lado, os UIs também querem ter acesso a mais conteúdos e serviços, o que aumenta o tráfego de dados para os operadores da rede. Aliás, um motor de pesquisa como o Google pode ser considerado uma plataforma num mercado de três lados, já que funciona como intermediário não só entre anunciantes e UIs, mas também com os fornecedores de conteúdo.

Existem, no entanto, outras definições de mercados com dois ou múltiplos lados. Em [19], a definição de mercados de múltiplos lados baseia-se na não neutralidade da estrutura de preços praticada pela sua plataforma, isto é, está-se perante uma plataforma num mercado de múltiplos lados se a distribuição de preços pelos vários lados do mercado (mantendo o nível de preços aproximadamente igual à soma dos preços praticados) tem impacto no volume de transações. Hagiu e Wright, num artigo mais recente, [15], definem plataforma de vários lados como uma organização que cria valor, ao permitir interações diretas entre dois ou mais grupos de utilizadores. De acordo com esta definição, as externalidades de rede indiretas, embora presentes na maioria dos mercados de múltiplos lados, não são uma condição necessária para que um intermediário seja, de facto, uma plataforma num mercado de múltiplos lados. Aliás, Bauer [20] defende que uma função económica importante das plataformas nestes mercados é a de reduzir os custos de transação incorridos pelos vários lados do mercado; adicionalmente, a existirem externalidades, as plataformas ajudam a internalizar estas externalidades. Em [15] e [20], as plataformas são organizações que permitem ultrapassar algumas falhas de mercado e obstáculos à realização de transações.

2.1.2.2 CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS OTT COM BASE NAS EXTERNALIDADES DE REDE

O conceito de externalidades de rede e a distinção entre mercados com um lado e mercados com múltiplos lados permitiu a M. Peitz e T. Valletti classificar os serviços OTT em três categorias [7], ilustradas na Fig. 1.1.2.2.1 e que são detalhadas em seguida.

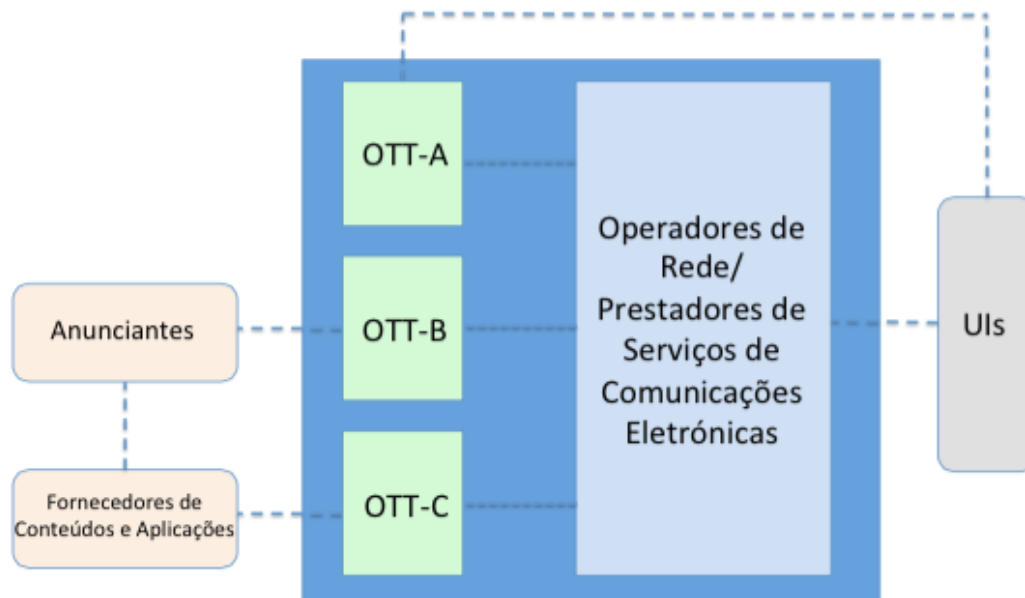


Fig. 1.1.2.2.1 - Mercado de comunicações eletrônicas estilizado. As linhas a tracejado representam fluxos monetários. Fonte: [3].

Serviços OTT-A

Trata-se de serviços disponibilizados aos UIs através do operador de rede, sem que haja outras partes, tais como anunciantes ou fornecedores de conteúdo, envolvidas. Normalmente os prestadores de serviços OTT cobram aos UIs pelo seu serviço, embora uma outra solução contratual possível seja que o operador de rede ofereça o serviço aos utilizadores de OTT-A cobrando aos UIs por este serviço, e pagando uma taxa aos prestadores de serviços OTT. Por exemplo, na *cloud* os prestadores de serviços OTT têm contrato com os UIs, oferecendo-lhes serviços de armazenamento; o modelo de receitas típico deste tipo de serviços OTT é cobrar aos utilizadores uma taxa de inscrição, não existindo outras fontes de receita. Uma estratégia frequente destes OTT é fornecer gratuitamente um serviço limitado, e um serviço *premium* mediante o pagamento de uma taxa.

A título de exemplo, vários meios de comunicação, como os jornais e revistas, restringem a sua consulta a UIs que não pagam a dita taxa, reservando a versão eletrónica completa aos subscritores (por exemplo, Diário de Notícias). Também o Skype é um exemplo de OTT de tipo A, uma vez que oferece um serviço gratuito (entre dois utilizadores que o utilizem) e um serviço pago, para quem queira efetuar chamadas para um qualquer número de telefone fixo ou móvel.

Os serviços OTT de tipo A podem ganhar poder de mercado devido aos custos de migração e aos efeitos diretos das redes. No caso de serviços de armazenamento na nuvem, por exemplo, os custos de migração advêm do facto de ser demorado transferir dados de um fornecedor de serviços nuvem para outro. Além disso, a partilha de conteúdo entre utilizadores exige que estes estejam inscritos no mesmo prestador de serviços na nuvem, pelo que uma maior base de utilizadores oferece vantagens a um prestador relativamente a outros menores (externalidade de rede diretas).

Serviços OTT-B

Trata-se de serviços OTT disponibilizados aos UIs sem contrapartida imediata por parte dos UIs.

No entanto, a relação contratual entre o prestador de serviços OTT e os UIs usualmente permite a instalação de *cookies*. Estes *cookies* permitem veicular publicidade de forma mais eficaz - a denominada publicidade dirigida. Assim, os prestadores de serviços OTT prestam um serviço aos UIs e, por sua vez, os UIs proporcionam indiretamente receitas aos prestadores de serviços OTT, na medida em que são expostos a publicidade.

Assim, o modelo de receitas destes OTT consiste na criação de um público, em primeiro lugar, seguido de um aumento de receitas de publicidade. Vários *media* da Internet adotaram este modelo de negócio, como o Facebook, o Google, e o Youtube. Os serviços OTT de tipo B podem exibir custos de migração e apresentam externalidades de rede diretas e indiretas, o que os distingue de serviços OTT de tipo A.

Os UIs exercem uma externalidade de rede positiva sobre os anunciantes, porque estes últimos são atraídos pelos prestadores de serviços OTT com grandes bases de UIs, o que acontece por dois motivos: uma grande base de UIs aumenta a procura potencial; além disso, uma grande base de UIs permite que os anunciantes coloquem anúncios de forma mais eficaz, através da publicidade dirigida.

No outro sentido, existe uma externalidade de rede indireta negativa sobre os UIs, uma vez que estes tendem a não gostar de publicidade. Por outro lado, as externalidades de rede diretas positivas também estão presentes, pois um utilizador tende, por exemplo, a preferir um motor de busca com uma grande base de utilizadores, o que permite obter melhores resultados de pesquisa. A presença destas externalidades de rede tende a levar a um mercado altamente concentrado, o que não implica necessariamente que um motor de busca tenha uma posição de monopólio. Finalmente, o avanço tecnológico na segmentação de anúncios tem limitado os efeitos negativos da publicidade nos UIs: há menos anúncios irrelevantes a atingir os UIs, o que pode tornar estes serviços OTT mais eficientes, reduzindo a quantidade de anúncios a que um UI fica sujeito e mantendo o seu nível de compras. Se a publicidade exercer uma externalidade de rede positiva sobre os UIs, levando-os à aquisição de produtos e serviços, então está-se perante um serviço OTT de tipo C, que se passa a descrever.

Serviços OTT-C

Trata-se do fornecimento de conteúdo e aplicações aos UIs, em que os prestadores de serviços OTT podem cobrar a fornecedores de conteúdo e aplicações pela venda do seu

produto aos UIs, ou então podem cobrar diretamente aos UIs em nome desses fornecedores, que recebem uma parte dessas receitas dos serviços OTT.

Por exemplo, os utilizadores pagam à Apple pelos conteúdos disponibilizados pelo Apple iTunes e, por sua vez, a Apple paga uma fração deste valor às produtoras. Os serviços OTT de tipo C incluem serviços, como os disponibilizados pela Amazon e plataformas de jogos. O Netflix também pode ser incluído nesta categoria (excluindo o conteúdo que é produzido pelo próprio Netflix). Comparando com as OTT de tipo B, a principal diferença é que as externalidades de rede indiretas são positivas em ambos os sentidos: os UIs são atraídos por prestadores de serviços OTT com uma grande oferta de conteúdo e aplicações, e os fornecedores de aplicações e conteúdo são atraídos pelos prestadores de serviços OTT com um grande número de UIs.

Por fim, os fornecedores de serviços OTT de tipo B e de tipo C são frequentemente plataformas em mercados de dois lados, na medida em que estabelecem a ligação entre dois grupos distintos de participantes, os dois lados de um mercado. Como vimos anteriormente, os operadores da rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas também são plataformas em mercados de dois lados, uma vez que proporcionam a ligação entre os UIs e os fornecedores de serviços OTT.

2.1.2.3 POLÍTICA DE PREÇOS NOS MERCADOS DE DOIS LADOS

Mercados de dois lados em que a plataforma é única

Considere-se como ponto de partida o caso de um mercado com um único operador de rede, que funciona, portanto, em regime de monopólio. A maximização do lucro por parte deste operador de rede levá-lo-ia a considerar as externalidades de rede indiretas de tal forma que os preços ótimos cobrados aos dois lados do mercado são tipicamente diferentes. O preço cobrado a um agente é tanto mais baixo quanto maior for o valor que este agente acrescenta à plataforma, isto é, quanto maiores forem os efeitos de rede gerados pelo lado do mercado a que o agente pertence. Por exemplo, se um operador de rede cobrar um preço mais baixo aos prestadores de serviços OTT, pode garantir que os UIs tenham acesso a mais serviços OTT e, desta forma, pode obter receitas adicionais do lado dos UIs. Se, por outro lado, os prestadores de serviços OTT dependerem em grande parte dos UIs (por exemplo, porque isso lhes permite obter receitas com publicidade), numa situação ideal o operador de rede pode oferecer condições mais atrativas para os UIs e menos atrativas para os prestadores de serviços OTT.

Note-se que enquanto a maximização do lucro por parte de um monopolista conduz, regra geral, a preços mais elevados do que os preços que são ótimos do ponto de vista social, a ideia importante a reter da análise do mercado com dois lados é que aqui os preços cobrados pelo monopolista se aproximam dos níveis socialmente ótimos. De facto, ao lado que exerce externalidades de rede mais fortes tende a ser cobrado um preço mais baixo. Assim, pode ser desejável do ponto de vista social que um lado do mercado seja subsidiado pelo outro lado do mercado (subsidição cruzada), de tal forma que o preço pago por cada agente no lado subsidiado não cubra o custo associado à existência de um agente adicional nesse lado. Aliás, em casos extremos os preços podem ser nulos ou até negativos. Este tipo de subsidição é

proveitosa, porque permite a obtenção de lucros maiores no outro lado do mercado. Nestes casos, embora as autoridades da concorrência possam suspeitar de uma intenção "predadora", a subsídio cruzada simplesmente reflete a gestão das externalidades de rede indiretas⁸. Impedir um preço negativo reduz não apenas as receitas do operador de rede, como também pode não ser ótimo do ponto de vista social, já que conduz à prática de preços mais elevados também aos agentes pertencentes ao outro lado do mercado⁹.

Esperar-se-ia que num mercado maduro, em que os fornecedores de serviços OTT conhecem bem os seus clientes, houvesse uma pressão para reduzir os preços que os operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas cobram aos utilizadores. Em contraste, atualmente muitos fornecedores de serviços OTT entregam os seus produtos aos UIs sem que isso implique o pagamento pela utilização de redes, pelo que os preços praticados pelos operadores de redes aos UIs podem ser mais elevados do que seria de esperar. Um ajustamento no sentido de alcançar os preços ditos ótimos, o que em muitos casos implicaria praticar preços positivos aos fornecedores de serviços OTT, pode significar uma violação do princípio da neutralidade da Internet na sua versão mais abrangente.

Mercados de dois lados com concorrência entre plataformas quando os UIs praticam alojamento único

No entanto, tipicamente, o mercado de operadores de redes não funciona em regime de monopólio. Os UIs enfrentam uma escolha entre dois ou mais operadores de redes, regra geral celebram um contrato com o operador de redes da sua escolha (*single-homing*) e fazem uso dos serviços OTT disponibilizados através desse operador. Muitas vezes estes contratos são contratos fidelizados, o que dificulta a mudança de prestador do serviço de acesso à Internet. Em contrapartida, os serviços OTT normalmente fornecem os seus produtos através de vários operadores de redes. Neste ambiente de mercado, denominado "estrangulamento competitivo" (*competitive bottleneck*), os UIs são particularmente valiosos para os operadores da rede, uma vez que a conquista de UIs adicionais traduz-se na redução de UIs dos operadores concorrentes, o que não acontece no caso dos fornecedores de serviços OTT. Cada operador de redes exerce algum poder de monopólio, ainda que limitado, no lado dos prestadores de serviços OTT, o que tende a levar a preços praticados aos UIs que são demasiado baixos e a preços demasiado altos para os fornecedores de serviços OTT. Enquanto os preços baixos são atraentes para os UIs, o seu excedente total pode ser reduzido devido à oferta limitada de serviços OTT. Assim, num ambiente de concorrência pura entre operadores de redes e na ausência de qualquer tipo de regulação não é alcançada a estrutura de preços socialmente ótima, já que os preços praticados aos UIs são demasiado baixos. Aliás, a estrutura de preços num equilíbrio concorrencial nestes mercados poderá ser menos desejável do ponto de vista social do que a obtida na presença de um operador de redes monopolista [8].

⁸ A este respeito, ver [90].

⁹ A respeito do efeito "cama de água" (*waterbed effect*), isto é, impacto que a regulação de um preço praticado por uma plataforma num mercado de dois lados pode ter no preço praticado ao outro lado do mercado aplicado ao caso das comunicações móveis, veja-se [91], [92].

Adicionalmente, o cumprimento estrito do princípio da neutralidade da Internet, que exploramos adiante, pode impedir que a estrutura de preços efetivamente praticada seja ótima do ponto de vista social. Regra geral, as taxas de subscrição pagas pelos UIs aos operadores da rede de acesso representam a grande fonte de receita destes operadores. Em muitos países estas taxas são pré-pagas e independentes do volume de tráfego gerado, dando acesso a pacotes de dados ilimitados (planos de dados de tarifas planas). Já alguns serviços OTT são muitas vezes oferecidos a custo zero ao UI (OTT-B e OTT-C na classificação da secção anterior), por vezes apenas durante um período experimental, tendo os fornecedores destes serviços OTT como objetivo a angariação de clientes, pelo menos na fase de penetração do mercado.

Mercados de dois lados com concorrência entre plataformas quando os UIs praticam alojamento múltiplo

Como evidenciado em [8], p. 37, o facto de as plataformas exercerem algum poder de mercado sobre os fornecedores de OTT depende crucialmente da ausência de poder de mercado por parte dos fornecedores de serviços OTT, bem como da hipótese de alojamento único por parte dos UIs¹⁰. Se, ao invés, os dois lados do mercado praticarem alojamento múltiplo (*multi-homing*), como acontece frequentemente no caso dos media *online*, que atuam como plataformas num mercado composto por anunciantes e UIs, os efeitos sobre os preços de equilíbrio e níveis de bem-estar podem ser diferentes.

A literatura sobre media *online* considera que os UIs são heterogéneos, o que na maioria dos artigos é modelizado através de uma distribuição dos UIs ao longo de uma linha de Hotelling. Neste contexto, Em [21] é descrito um modelo onde se analisa a escolha de conteúdo por parte de duas plataformas de *media*. Estas plataformas oferecem contratos de exclusividade aos anunciantes, que por sua vez concorrem no mercado de um produto e utilizam os anúncios para informar os UIs sobre o mesmo. A publicidade tem um impacto negativo sobre o bem-estar dos UIs, aqui modelizado através de uma função desutilidade quadrática. Neste modelo, as plataformas optam por diferenciação mínima (localizando-se no mesmo ponto da linha de Hotelling) para reduzir a quantidade de publicidade em equilíbrio. Assim, em [21], a concorrência por UIs conduz a baixos níveis de publicidade, o que por sua vez se traduz em menores níveis de concorrência no mercado dos produtos e em preços e lucros mais elevados para os anunciantes. Por outro lado, [22] não considera a concorrência dos anunciantes no mercado dos produtos, mas ainda assim conclui que o conteúdo oferecido pelas plataformas é semelhante, num modelo em que a desutilidade dos UIs é convexa no nível de publicidade. Estes dois artigos assumem que os UIs distribuem o seu tempo, que é considerado fixo, entre as várias plataformas. Já em [23], o tempo dedicado pelos UIs à utilização das plataformas de *media* é variável. Neste modelo, cada uma das plataformas está localizada num extremo da linha de Hotelling e os UIs podem estar ligados a uma ou às duas plataformas em simultâneo. Ambrus e Reisinger, em [23] concluem que os níveis de publicidade de equilíbrio são excessivos relativamente ao óptimo social no caso dos anunciantes serem homogéneos, já que no caso de alojamento múltiplo por parte dos UIs a pressão sobre os níveis de publicidade é menor do que em alojamento único. De facto,

¹⁰ Ver [18] para um tratamento formal.

enquanto que em modelos que assumem alojamento único as plataformas concorrem por UIs reduzindo os níveis de publicidade (que produzem externalidades negativas), em modelos onde existe a possibilidade de alojamento múltiplo, aqueles UIs que o praticam são menos valiosos, o que pode distorcer as decisões das plataformas no sentido de aumentar os níveis de publicidade.

A modelização da heterogeneidade dos consumidores através de uma linha de Hotelling impõe algumas limitações. Nomeadamente, uma redução de preço por parte de uma plataforma não aumenta a procura total no mercado (conduzindo apenas a um efeito de *business stealing* ou "roubo de negócio") e as preferências de um consumidor por cada uma das plataformas são negativamente correlacionadas (um consumidor com uma forte preferência pela plataforma A tem necessariamente uma fraca preferência pela plataforma B).

Artigos recentes consideram hipóteses diferentes sobre as preferências e a procura. Kind, Nilssen e Sorgard, em [24] e [25], abandonam o modelo de Hotelling e consideram um UI representativo que pratica alojamento múltiplo. Em [24] determinam-se as condições para a sub- e sobre-provisão de publicidade assumindo que UIs não pagam pelo acesso às plataformas. Já em [25], os UIs pagam pelo acesso às plataformas e a questão abordada respeita à determinação da principal fonte de financiamento das plataformas (UIs ou anunciantes).

Ambrus, Calvano e Reisinger, em [26], consideram que a escolha por parte de um UI de visitar uma plataforma é independente da utilização da outra plataforma. Os anunciantes são homogéneos e as plataformas oferecem contratos aos anunciantes. Uma vez que a probabilidade de um UI ser exposto a um anúncio é côncava na intensidade de publicidade, em equilíbrio todos os anunciantes aceitam os contratos oferecidos pelas duas plataformas e, apesar dos anunciantes serem homogéneos, uma plataforma não consegue extrair todo o excedente de um anunciante, apenas o excedente incremental, isto é, o excedente em excesso do que o anunciante pode obter ao rejeitar o contrato e ficar ativo apenas numa plataforma. Neste modelo, os níveis de publicidade quando existem duas plataformas podem ser mais ou menos elevados do que no caso de monopólio. Tudo depende da intensidade relativa de dois efeitos: o efeito de duplicação (cada anúncio vale menos num duopólio, já que o UI pode ser informado sobre as características de um produto através das duas plataformas) que tende a reduzir os níveis de publicidade e o efeito de partilha de negócio (ao oferecer mais publicidade, parte dos UIs que deixam de visitar a plataforma são UIs que originalmente visitam as duas plataformas e que são, por este motivo, menos valiosos) que tende a aumentar os níveis de publicidade. No quadro do modelo de Ambrus, Calvano e Reisinger, em [26], é ainda possível relacionar estes dois efeitos com o conteúdo oferecido por cada plataforma. De facto, se o conteúdo oferecido pelas plataformas for homogéneo (de tal forma que os UIs que gostam do conteúdo da plataforma A têm elevada probabilidade de gostar do conteúdo da plataforma B), uma plataforma, ao reduzir os níveis de publicidade, atrai muitos consumidores em regime de exclusividade, o que conduz a baixos níveis de publicidade em equilíbrio. Pelo contrário, se o conteúdo das plataformas for heterogéneo, o que faz com que existam muitos UIs a utilizar uma plataforma em regime de exclusividade, a redução na intensidade da publicidade atrai sobretudo UIs com preferências moderadas que poderão visitar as duas plataformas e que são, por esse motivo, menos valiosos. Assim, o nível de publicidade de equilíbrio com plataformas heterogéneas é mais elevado do que no caso de conteúdo homogéneo.

Anderson, Foros e Kind, em [27], desenvolvem um modelo alternativo em que, à semelhança dos anteriores, os UIs podem praticar alojamento múltiplo. Neste modelo, os UIs formam expectativas quanto ao nível de publicidade a que serão expostos em cada plataforma; de seguida, as plataformas fixam um preço por anúncio, os anunciantes antecipam racionalmente o número de UIs que visitarão a plataforma e fazem as suas decisões de compra de anúncios; por fim, os UIs decidem que plataforma(s) visitarão. Em equilíbrio, todos os anunciantes utilizam as duas plataformas e as plataformas extraem a totalidade do excedente que um anunciante obtém de um UI exclusivo, mas apenas o excedente incremental de um consumidor que utiliza as duas plataformas.

Concluindo, nos modelos com alojamento múltiplo por parte dos UIs, as plataformas não conseguem extrair a totalidade do excedente dos anunciantes. Intuitivamente, uma vez que a cada UI pode ser atingido através de duas plataformas e o impacto de uma primeira visualização de um anúncio é maior do que o da segunda, os preços são incrementais. Adicionalmente, as plataformas não são só afetadas pela dimensão da procura, mas também pela sua composição, nomeadamente pela fração de UIs que praticam alojamento único e múltiplo.

Grande parte da literatura até aqui mencionada assume que os anunciantes praticam alojamento múltiplo, sem considerar a concorrência por anunciantes entre plataformas. Reisinger (2012), em [28] propõe um modelo em que duas plataformas concorrem entre si nos dois lados do mercado. As plataformas são indiferenciadas do ponto de vista dos anunciantes e concorrem à Bertrand neste lado do mercado, mas concorrem à Hotelling pelo tempo de visualização dos UIs. Reisinger mostra que ainda que a concorrência do lado dos UIs seja intensa, o volume de publicidade de equilíbrio é considerável. Por outro lado, apesar da concorrência à Bertrand, o lucro das plataformas é positivo: uma vez que a publicidade tem um impacto negativo sobre a utilidade dos UIs, uma plataforma não consegue atrair todos os anunciantes através de uma redução do preço. Adicionalmente, um aumento na desutilidade da publicidade não tem necessariamente um impacto negativo no lucro das plataformas e a estrutura dos lucros da plataforma depende de forma não monotónica do grau de diferenciação dos UIs. Estes resultados contrastam com os obtidos em modelos onde não há concorrência por anunciantes, onde o grau de diferenciação das plataformas e a desutilidade da publicidade têm um impacto, prospectivamente, positivo e negativo nos lucros das mesmas.

2.1.3 NEUTRALIDADE DA INTERNET

O debate sobre a neutralidade da Internet tem vindo a ganhar importância nos últimos anos. Diversas razões contribuem para este interesse crescente, entre as quais o rápido crescimento dos serviços OTT e as externalidades por eles geradas. Torna-se assim necessário explorar o conceito da neutralidade da Internet, bem como os argumentos utilizados neste debate.

O debate sobre a neutralidade da Internet foca-se, em grande parte, em perceber as potenciais consequências do controlo que os detentores de infraestruturas poderão fazer sobre os dados que percorrem as suas redes. Este aspeto prende-se também com as políticas de preço que os operadores da rede e os prestadores de serviços de comunicações eletrónicas

poderão vir a aplicar pela utilização da sua infraestrutura no futuro, visto que o seu papel enquanto prestadores de serviços de comunicações eletrónicas poderia ficar limitado ao transporte de dados.

No seu início, em 1960, a Internet foi um projeto de pesquisa conduzido por algumas universidades Norte-Americanas para a troca de mensagens de texto. A tecnologia de comutação por pacotes pressupõe que as mensagens de texto então enviadas eram fragmentadas em pacotes de dados e enviadas ao destinatário através da rede de forma autónoma. Por esta altura, a arquitetura da Internet estava baseada em dois princípios fundamentais: o princípio extremo-a-extremo (*end-to-end*) (o conteúdo era enviado diretamente para o destinatário) e o princípio de melhor esforço (*best-effort*) (o envio seria feito da forma pelo caminho mais curto ou menos congestionado, mas sem garantia de tempo de entrega ou sequer de entrega, já que alguns pacotes podiam, em determinadas condições, ser descartados). A concretização destes princípios fundamentou o modo de funcionamento dos roteadores (*routers*), para que estes não diferenciasssem pacotes de dados com base no seu conteúdo ou origem, mas processassem os pacotes por ordem de chegada (*first-in-first-out*) e decidissem de forma autónoma o caminho que um determinado pacote de dados poderia tomar até ao próximo roteador, sem controlar a totalidade do caminho que um pacote de dados percorreria na rede, desde o seu emissor até ao seu recetor.

O princípio de funcionamento dos roteadores - a não discriminação dos pacotes de dados - originou, anos mais tarde, um outro debate, referente à Qualidade de Serviço na Internet (QoS). De acordo com [29], são quatro as dimensões da QoS da Internet:

- velocidade;
- taxa de perda de pacotes (a fiabilidade é elevada quando todos os pacotes de dados chegam ao seu destino sem erros);
- atraso ou latência (o tempo que um pacote de dados demora para chegar da origem até ao destino, depende da distância que os pacotes de dados têm que percorrer, do congestionamento, entre outros);
- variação do atraso (ordem e tempo de chegada dos pacotes de dados).

Devido ao congestionamento na rede, quando os pacotes chegavam a um roteador a um ritmo mais veloz do que o ritmo a que este os poderia enviar para outro roteador, revelou-se necessário dar prioridade a certos pacotes de dados quando estes chegassem à fila, por exemplo, de modo a tornar possível o funcionamento de aplicações em tempo real. De facto, o bom funcionamento de diferentes aplicações requer níveis diferenciados das várias dimensões da QoS. Por exemplo, consultar o correio eletrónico ou navegar na Internet toleram baixos níveis de flutuação do tempo de transmissão, já que a sua performance depende apenas da chegada ao destino do último pacote de dados, mas requerem alta fiabilidade¹¹. Aplicações mais recentes, como é o caso das aplicações em tempo real, são muito sensíveis à ordem e ao tempo de chegada de pacotes de dados intermédios à flutuação do tempo de transmissão e menos sensíveis à fiabilidade (já que a não chegada de alguns pacotes de dados ou a chegada de pacotes corrompidos pode levar a que a aplicação processe a imagem sem a informação em falta e continue com a imagem seguinte).

¹¹ Note-se que esta fiabilidade é dada pelo protocolo que usa (*Transmission Control Protocol - TCP*) e não pela QoS. Naturalmente, se houver maior QoS, o número de retransmissões será melhor e como tal a velocidade (a nível do serviço) será superior.

Presentemente, os protocolos de transmissão utilizados na Internet, IPv4 e IPv6, incluem mecanismos de QoS e os pacotes de dados podem ser diferenciados com base no tipo de dados que contêm. Assim, se a tecnologia existente permite a diferenciação do tráfego na Internet, o debate sobre neutralidade da Internet centra-se no aproveitamento desta tecnologia por parte dos operadores da rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas para obter receitas adicionais.

O que é a neutralidade da Internet?

São várias as definições de neutralidade da Internet. Uma definição abrangente de neutralidade da Internet é proposta em [3], onde por neutralidade da Internet entende-se a ausência de qualquer tipo de favorecimento, desfavorecimento ou bloqueio de tráfego por parte dos operadores da rede e prestadores de serviços de acesso à Internet com base na origem ou destinatário na Internet, no conteúdo, aplicação ou serviço. De acordo com esta definição, são consideradas violações da neutralidade da Internet:

- O pagamento por parte dos fornecedores de serviços OTT aos operadores da rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas de (i) um preço que permitiria aos primeiros o envio de dados aos UIs, ou seja, de um preço de terminação, já que o pagamento seria uma condição necessária para a transmissão de dados pelos fornecedores de serviços OTT ou (ii) um preço que, a ser pago por alguns fornecedores de serviços OTT, permitiria aos mesmos o envio prioritário de dados aos UIs. Estes preços prendem-se com a natureza dos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas enquanto plataformas num mercado de dois lados, como foi analisado na secção 2.1.2.
- A gestão de tráfego por parte dos operadores da rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas para distorcer a concorrência a jusante ou limitar tráfego não rentável ou indesejado (por exemplo, tráfego *peer-to-peer*). Aqui se inclui a tarifação-zero em alguns serviços OTT que consistem na criação de pacotes específicos que incluem tráfego ilimitado para determinados serviços OTT, ou seja, o consumo de dados destes serviços não é considerado no limite (*plafond*) de dados dos UIs.
- A oferta aos UIs de acesso diferenciado à Internet, seja a oferta de acesso limitado (excluindo certas páginas ou serviços) por um preço mais baixo ou a oferta de acesso com diferentes níveis de QoS a diferentes preços (podendo ser contratada altos níveis de QoS só para alguns serviços). Apesar de se tratarem de violações da neutralidade da Internet, há outras formas de diferenciação dos UIs que não são vistas como tal, nomeadamente a oferta de acesso à Internet com diferentes larguras de banda, já que não há nenhum tipo de tráfego particular que seja favorecido ou desfavorecido.
- As redes de fornecimento de conteúdos (CDN - *Content Delivery Networks*), infraestruturas que permitem o armazenamento de conteúdo em servidores espalhados pela Internet, garantindo a sua distribuição pelos UIs de forma eficaz. As CDN são pagas pelos fornecedores de OTT e as suas implicações são semelhantes às dos mecanismos de QoS. No entanto, [3] sustenta que, do ponto de vista técnico, é questionável se as CDN violam a neutralidade da Internet, já que os pacotes de dados das CDN são enviados de acordo com o princípio do melhor esforço, só que através de uma trajetória na rede diferente de outro tráfego.

Já no Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho da UE respeitante ao acesso à Internet “aberta” estabelece-se que:

- No ponto (6): "Através do seu serviço de acesso à Internet, os utilizadores finais deverão ter o direito de aceder às informações e conteúdos que desejarem e de os divulgar, bem como de utilizar e fornecer aplicações e serviços sem discriminações".
- E no ponto (8): "Aquando da prestação de serviços de acesso à Internet, os prestadores desses serviços deverão tratar todo o tráfego equitativamente, sem discriminações, restrições ou interferências, independentemente do seu emissor ou recetor, conteúdo, aplicação, serviço ou equipamento terminal", sem prejuízo de um a gestão razoável do tráfego, definida no ponto (9) do mesmo Regulamento.

Ainda de acordo com o Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho da UE no seu ponto (11) "deverão ser proibidas práticas de gestão do tráfego que bloqueiem, abrandem, alterem, restrinjam ou degradem conteúdos, aplicações ou serviços específicos, ou categorias específicas dos mesmos, ou que estabeleçam discriminações entre eles ou neles interfiram, e que sejam mais gravosas do que as medidas razoáveis diferenciadas de gestão do tráfego". O bloqueio e a priorização de tráfego são, assim, claramente considerados violações do princípio da neutralidade da Internet neste documento.

Já na literatura científica, são oferecidas definições mais fortes do princípio de neutralidade e a cobrança de taxas de terminação é explicitamente considerada uma violação deste princípio. Aliás, a literatura científica explora essencialmente dois tipos de violação deste princípio, a saber, a cobrança de preços de terminação e a priorização de tráfego, embora a grande maioria dos artigos foque o primeiro tipo ou uma mistura dos dois¹². De acordo com Lee e Wu, em [30], os defensores da Internet "aberta" e, em particular, da ausência de preços de terminação, apontam como principais argumentos a seu favor (i) a eficiência em mercados de dois lados, (ii) o estímulo à inovação e investimento na infraestrutura e nos conteúdos (a chamada inovação na fronteira (*at the edge*)) e (iii) a prevenção da fragmentação da Internet. Abordamos cada um destes argumentos de seguida.

A neutralidade da Internet e a eficiência estática

A Internet é vista como um motor do crescimento e do desenvolvimento. Uma vez que o princípio de melhor esforço tem, grosso modo, governado o funcionamento da Internet, o princípio da neutralidade da Internet é visto como condição necessária ao bem-estar e é o principal argumento usado em sua defesa. No entanto, a cobrança de preços por parte dos operadores de redes aos fornecedores de serviços OTT pelo tráfego gerado poderá implicar uma redução dos preços pagos pelos UIs. Este efeito - o impacto que a regulação de um preço praticado por uma plataforma num mercado de dois lados pode ter no preço praticado ao outro lado do mercado - é denominado efeito “cama de água”. Este efeito decorre naturalmente quando os operadores da rede funcionam em regime de concorrência perfeita (já que os lucros têm que ser "nulos"), mas também há evidências de que vigoram mesmo

¹² Este é o caso de [35], [36], [37], [31], [41], [44], [32], entre outros. Já [42] e [34] consideram essencialmente a priorização de tráfego. Por fim, [45] e [3] são revisões da literatura científica sobre neutralidade de rede.

quando os operadores da rede gozam de algum poder de mercado, o que se prende com o facto de se tratarem de mercados de dois lados (veja-se a seção 2.1.2)¹³.

No entanto, Economides e Tag, em [31], alertam para o facto de a redução de preços praticados aos UIs nem sempre conduzir a um aumento do excedente do consumidor; na visão destes autores, a neutralidade da Internet beneficia os fornecedores de serviços OTT, enquanto o efeito sobre o bem-estar dos UIs e operadores de redes é ambíguo. Em [31], se a valorização de um serviço OTT adicional pelos UIs for superior à valorização de UIs adicionais por parte dos fornecedores de serviços OTT, o operador de rede tem incentivo em subsidiar o lado dos fornecedores de serviços OTT para aumentar a disponibilidade a pagar por parte dos UIs. Nestas condições, impor a neutralidade de rede provoca uma diminuição do excedente total.

Por outro lado, de acordo com Kourandi, Kramer, e Valletti, [32], a imposição de neutralidade de rede pode reduzir os níveis de bem-estar, já que os operadores da rede podem usar esta flexibilidade para incentivar uma utilização de redes mais eficiente. De facto, a prática de preços mais altos a fornecedores de serviços OTT em troca de acesso prioritário pode aumentar a eficiência da utilização da Internet dadas as restrições de capacidade existentes. Como referido no início deste subcapítulo, o tráfego associado a diferentes serviços OTT apresenta características diferentes; assim, a adequada diferenciação de tráfego pode potenciar um aumento nos níveis de bem-estar social. Aliás, a priorização de tráfego permite dar incentivos aos fornecedores de serviços OTT para ajustar os volumes de tráfego por eles gerados ao seu valor económico, por exemplo, investindo em tecnologias de compressão. Estes argumentos são formalmente explorados por Peitz e Schuett, em [33].

Por fim, na visão de [8], há ainda uma outra questão a ter em consideração no que diz respeito aos efeitos da priorização de tráfego sobre o bem-estar. De facto, a diferenciação de tráfego aumenta o risco da degradação da QoS na transmissão de dados de serviços OTT que não optam pela priorização do tráfego dos seus dados. Os operadores da rede beneficiam desta degradação na medida em que lhes permite praticar preços mais elevados aos fornecedores de serviços OTT que optam pela priorização. Este fenómeno, explorado por Sidak e Teece em [34], entre outros, é denominado falácia da estrada de terra (*dirt road fallacy*).

A neutralidade da Internet e a eficiência dinâmica

De acordo com [8], um dos principais argumentos em prol de uma Internet "aberta" é o de que a neutralidade da Internet é necessária para proteger a inovação levada a cabo por parte de fornecedores de serviços OTT de pequena dimensão. A chamada inovação na fronteira está na base da própria definição da Internet e é ameaçada por todas as formas de diferenciação de tráfego. Já os opositores da neutralidade da Internet evidenciam a necessidade de proporcionar aos operadores da rede uma remuneração adequada que garanta níveis suficientes de investimento na rede e levar a cabo inovação no fundamental. Por outro lado, a diferenciação de tráfego pode assegurar uma utilização mais eficiente da capacidade instalada.

¹³ [91] e [92] é um estudo empírico do mercado de comunicações móveis que apresenta evidências da presença do efeito "cama de água".

Choi e Kim, em [35], modelam o tráfego na Internet usando um modelo de fila de espera e concluem que a diferenciação de tráfego permite aos operadores da rede praticar discriminação de preços de segundo grau, com efeito ambíguo sobre o bem-estar social, em particular quando são considerados os incentivos ao investimento. Tal como em [36], para um amplo intervalo de valores, os incentivos a investir na infraestrutura por parte dos operadores da rede são maiores num cenário de neutralidade da Internet. Os modelos de [35] e de [36] diferem na forma como se afeta o tráfego priorizado: em [35] o operador de rede vende o nível de qualidade alto ao fornecedor de serviços OTT disposto a pagar um preço mais elevado, enquanto em [36] o operador de rede vende o nível de qualidade elevado a todos os fornecedores de serviços OTT que estejam por ele dispostos a pagar.

No modelo apresentado por Economides e Hermalin em [37] assume-se explicitamente que existe congestionamento na rede, o que poderia funcionar como argumento para uma violação da neutralidade de rede, e o volume de tráfego é variável. Aqui, a diferenciação de tráfego funciona como mecanismo de discriminação de preços e estabelecem-se condições nas quais a neutralidade da Internet conduz a níveis de bem-estar superiores aos de cenários alternativos. De facto, a diferenciação de tráfego provoca ineficiência estática devido ao chamado efeito de "re-congestionamento", isto é, aqueles conteúdos que recebem prioridade na transmissão acabam por gerar mais procura por parte dos UIs e, desta forma, mais tráfego do que num cenário de neutralidade, provocando o "re-congestionamento" da rede. Por outro lado, mostra-se que, do ponto de vista da eficiência dinâmica, a diferenciação de tráfego é superior já que conduz a maiores investimentos na expansão da largura de banda por parte do operador da rede. Em todo o caso, no quadro do modelo apresentado em [37], o primeiro efeito domina o segundo, razão pela qual a maximização do excedente total só se verifica no cenário de neutralidade da Internet.

No entanto, em [8] é apresentada uma importante limitação de [35] e [37]: a não consideração de tráfego de dados que é pouco sensível ao tempo de transmissão, mas que presentemente representa uma grande fatia do tráfego da Internet (por exemplo, tráfego gerado pelo BitTorrent ou pelo Netflix). Reduzir a velocidade de transmissão nestes casos representa um custo social reduzido.

Já Nicholas Economides, em [38], refere-se a outro tipo de inovação, a inovação na fronteira e afirma que falhas na neutralidade da Internet, como a imposição de custos adicionais aos fornecedores de serviços OTT, poderá ter impacto negativo na quantidade e a qualidade (inovação) das aplicações e conteúdos. À semelhança de Economides, outros trabalhos, como os de Wu [39] e de van Schewick [40], também se posicionam a favor da neutralidade da Internet, na medida em que esta favorece a inovação na fronteira. Já em [41], a prática de preços mais altos a fornecedores de serviços OTT em troca de acesso prioritário promove os dois tipos de inovação, no fundamental e na fronteira; de facto, a oferta de acesso prioritário permite viabilizar aplicações e serviços mais sensíveis ao congestionamento, que num cenário de neutralidade ficariam fora do mercado (é o caso de aplicações e serviços nas áreas de e-aprendizagem, e-saúde, entre outras).

Ainda no domínio da inovação na fronteira, [42] analisa um modelo em que o operador de rede pratica discriminação de preços de segundo grau do lado dos fornecedores de serviços OTT, oferecendo um menu de diferentes níveis de qualidade a diferentes preços. Há assimetria de informação, já que os fornecedores de serviços OTT podem ser de dois tipos e o operador de rede não observa o seu tipo. Neste modelo, restringir os operadores da rede a

oferecer um só nível de qualidade tem como consequências (i) uma redução no número de fornecedores de serviços OTT (os tipos de menor qualidade), (ii) uma distorção na qualidade da ligação dos fornecedores de serviços OTT de alta qualidade, que são forçados a optar pelo único (menor) nível de qualidade oferecido e (iii) a escolha de um nível de qualidade mais alta por parte dos fornecedores de serviços OTT de qualidade intermédios. Os efeitos (i) e (ii) tendem a reduzir os níveis de bem-estar, enquanto (iii) atua no sentido oposto.

Ao contrário do que acontece nos mencionados, onde se assume que a totalidade das receitas dos fornecedores de serviços OTT advém da publicidade, [43] considera o pagamento por parte dos UIs pelos serviços OTT. [43] distingue entre o conceito de neutralidade fraca - de acordo com o qual o operador de rede não pode discriminar os seus preços em relação a uma entidade específica - e o conceito de neutralidade de rede forte - em que o operador de rede não pode discriminar os seus preços em relação a nenhuma entidade. No contexto do modelo, só a forma forte de neutralidade de rede produz efeitos reais, afetando a distribuição de lucros entre operadores da rede e fornecedores de serviços OTT, mas não o bem-estar dos UIs. Por fim, uma vez que impor neutralidade forte provoca uma transferência de excedente do operador de rede para os fornecedores de serviços OTT, é de esperar mais investimento na fronteira neste cenário.

A neutralidade da Internet e a fragmentação da Internet

O último argumento a favor da neutralidade da Internet prende-se com o perigo de fragmentação e é explorado em [32]. Neste modelo, se por um lado, se os UIs preferem uma Internet não-fragmentada e se os preços de terminação contribuem para a fragmentação (via acordos de exclusividade), o excedente do consumidor deve ser maior na ausência de tais preços. Por outro lado, a proibição de preços de terminação restringe a flexibilidade contratual dos operadores da rede, o que pode afetar negativamente o bem-estar, particularmente quando a concorrência entre fornecedores de serviços OTT é intensa. Kourandi, Kramer, e Valletti, em [32], concluem que, em linha com alguma evidência empírica, os preços de terminação não são condição necessária nem suficiente para fragmentação da Internet. Adicionalmente, o excedente do consumidor é sempre mais elevado na ausência de fragmentação, mas no que respeita o excedente total, a não fragmentação só é eficiente quando a concorrência entre fornecedores de serviços OTT por anúncios é fraca, já que sendo forte os contratos exclusivos são uma forma de aumentar os lucros dos fornecedores de serviços OTT. Os autores concluem que, se o objetivo é evitar a fragmentação da Internet, uma regra que impeça os contratos de exclusividade pode ser o melhor instrumento.

Considerações finais sobre neutralidade da Internet

A literatura sobre neutralidade da Internet é vasta e analisa sobretudo violações do princípio da neutralidade na sua versão mais abrangente que consistem na cobrança de preços de terminação, na priorização de tráfego e na combinação destas duas medidas. A

discriminação de preços do lado dos UIs não é, regra geral, tratada e assume-se ainda que a totalidade das receitas dos fornecedores de serviços OTT advém da publicidade¹⁴.

Parte da literatura sugere que cobrar preços de terminação ou priorizar tráfego podem conduzir a um aumento do bem-estar (excedente do consumidor ou excedente total). Perante as conclusões retiradas em Choi e Kim [35] e Kramer e Wiewiorra [44], Schuett [45] defende que a priorização de tráfego sob forma de discriminação de preços de segundo grau do lado dos fornecedores de serviços OTT se trata de uma violação relativamente benigna da neutralidade de rede, já que em muitos cenários os resultados sobre o bem-estar são positivos. O artigo [3] alerta ainda para o facto de ser importante garantir que os operadores da rede revelam informação aos UIs de forma transparente sobre as práticas de gestão de tráfego na rede por eles praticadas¹⁵, bem como vigiar os níveis de concorrência entre operadores da rede (a transparência é ineficaz se não existirem operadores da rede alternativos)¹⁶, implementar níveis mínimos de QoS para evitar a falácia da estrada de terra, entre outras medidas¹⁷.

2.1.3.1 A PERSPETIVA DOS UTILIZADORES FINAIS

No estudo [46] elaborado pela WIK-Consult, destinado a fornecer ao Organismo de reguladores Europeus de Comunicações Eletrónicas (BEREC/ORECE) e às ARN uma compreensão da dinâmica do mercado relativamente à neutralidade da Internet, em particular a partir da perspetiva dos UIs, foram selecionados quatro Estados-membros da UE (Croácia, República Checa, Grécia e Suécia) para representar diferentes perfis típicos de países europeus.

Foi efetuado um questionário nos quatro países, em que os inquiridos foram convidados a escolher entre pares de hipotéticos serviços de acesso à Internet, de forma a compreender a importância relativa dos diferentes atributos, tendo sido focada a utilização da rede de acesso fixo à Internet. Além desta análise, foram feitas questões aos UIs sobre as suas origens socioeconómicas, o tipo de utilização que dá ao seu acesso à Internet e as suas atitudes em relação à Internet e à neutralidade da mesma.

Como os UIs priorizam diferentes atributos

A análise efetuada no referido estudo revela que os UIs preferem o acesso não diferenciado ao acesso diferenciado a aplicações, que é uma característica importante da neutralidade da Internet. Os resultados deste estudo mostram alguma resistência à priorização; além disso, observam-se diferentes atitudes por parte de diferentes países face à priorização de

¹⁴ Gans [43] é uma exceção.

¹⁵ O princípio da transparência aparece consagrado no Report & Order de Dezembro de 2010 da Federal Communications Commissions (FCC) [93], juntamente com a não discriminação ou bloqueio indevido do tráfego legalmente autorizado por razões comerciais e o não favorecimento de uns fornecedores de conteúdo em prejuízo de outros.

¹⁶ No entanto, artigos como [39] e [94] alertam para o facto de a concorrência nem sempre ter um efeito positivo sobre o bem-estar num cenário de não neutralidade.

¹⁷ Brennan [95] posiciona-se a favor de um nível mínimo de QoS, enquanto Kramer e Wiewiorra [44] apontam para a possibilidade do nível mínimo de QoS conduzir a um sobre-investimento na rede.

aplicações e ao pagamento que lhe é associado. Os UIs também veem a Internet como um meio a que todos devem ter acesso, se assim o desejarem. No entanto, houve uma quantidade considerável de não-respostas, especialmente no que diz respeito aos efeitos sobre a concorrência e a inovação. Nas suas decisões de compra, os UIs não são capazes de considerar os efeitos de bem-estar e de eficiência social – de acordo com [46], estes tipos de considerações são da responsabilidade dos reguladores.

Segundo este estudo, no que se refere à Internet, os UIs valorizam particularmente o atributo preço, seguido da velocidade de *download* (descarregamento), limite de tráfego e serviços audiovisuais de vídeo. As comparações entre o preço e a acessibilidade mostram que o valor que os UIs atribuem ao acesso ilimitado à Internet, em comparação, por exemplo, com o acesso com limites de velocidade, pode ser compensado com uma diferenciação do preço. Nestas circunstâncias, a diferenciação da qualidade não resultará automaticamente na migração de ofertas não neutras para ofertas em que essa neutralidade se verifica. Para aqueles propensos a migrar para ofertas não neutras, uma larga minoria encontra-se numa situação em que a mudança não é simples. Num outro estudo, [47], realizado pela Indera, a presença de amigos e familiares na mesma rede, a dimensão do mercado do operador, o período de fidelização, a mensalidade, e o preço por minuto intra-rede e inter-rede móvel são as características preferidas pelos UIs no que diz respeito ao serviço telefónico móvel, sendo que as variáveis associadas ao preço têm uma magnitude muito superior a todas as restantes.

Em [46] é referido que quanto mais popular for uma aplicação (por exemplo, certos serviços de fluxo contínuo de vídeo), mais valor tem para os UIs; aplicações novas e pouco conhecidas são, por definição, menos populares no início, antes de serem potencialmente capazes de atrair mais utilizadores. A capacidade de novas aplicações atraírem os utilizadores e crescerem em popularidade depende, entre outros fatores, da facilidade de chegar junto dos UIs.

Avaliação dos limites de dados e práticas de tarifação-zero

Os operadores da rede (fixa ou móvel) podem utilizar diferentes métodos para diferenciar os seus produtos de acesso à Internet, inclusive oferecer diferentes níveis de qualidade, como a velocidade de acesso ou limite ao volume de tráfego de dados consumido.

Os limites de dados são limites mensais na quantidade (volume) de dados que um UI pode usar nas suas ligações à Internet. Quando o UI atinge o limite, os operadores da rede podem optar por diferentes medidas, como diminuir a velocidade de dados, cobrar taxas extra, ou bloquear a sua utilização até ao mês seguinte.

A tarifação-zero, como já foi mencionado, é uma prática comercial que consiste em permitir aos UIs acederem a determinados conteúdos, serviços ou aplicações, sem que o acesso lhes seja cobrado ou sem que lhes seja descontada a utilização desses dados. Na Europa, a tarifação-zero observa-se sobretudo no contexto do acesso à Internet móvel com limites de dados.

Enquanto a definição de limites de dados pelos operadores de redes não é normalmente considerada um problema de neutralidade de rede - desde que todo o tráfego seja tratado da mesma forma -, os serviços de tarifação-zero são um caso de diferenciação de tráfego associado a diferentes tipos de serviços; isto porque, uma vez que, por exemplo, o UI tenha

esgotado o volume de dados que lhe foi atribuído, poderá continuar a ter acesso a este tipo de serviço, enquanto o acesso a outros serviços pode estar sujeitos a encargos adicionais, ou até estar bloqueado.

No entanto, existem também práticas de agregação de serviços, nas quais um serviço de conteúdo está incluído num pacote, juntamente com o acesso à Internet, mas não existe um tratamento diferenciado do tráfego de dados do conteúdo específico, no sentido de que o tráfego para este conteúdo ainda conta para a utilização dos dados. Assim, esta oferta não é um caso de tarifação-zero com preocupações de neutralidade de Internet.

O estudo da WIK-Consult [46] indica que o limite de dados (com ou sem tarifação-zero) constitui um fator relevante na tomada de decisão de compra por parte do UI (influencia 12% das decisões de compra). Os UIs valorizam particularmente a opção de acesso fixo à Internet sem limite de utilização no volume de dados, em comparação com o acesso à Internet fixa com limite de utilização no volume de dados (com ou sem conteúdo de tarifação-zero). Por outro lado, quando as ofertas com volume de dados limitados são a única opção dos UIs, então estes preferem as ofertas com conteúdos de tarifação-zero, uma vez que esta prática aumenta a quantidade de dados que pode ser utilizada. Isto verifica-se particularmente quando as ofertas incluem tarifação-zero para aplicações de serviços audiovisuais de vídeo – que são as que consomem mais dados.

Atendendo a que as ofertas com limite de utilização do volume de dados têm um baixo valor para os UIs, prevê-se que só tenham um papel importante para UIs interessados em subscrever ofertas de acesso fixo à Internet com custos mais reduzidos.

A conclusão que se parece retirar é a de que as ofertas com limite de utilização do volume de dados para acesso fixo à Internet não parecem particularmente atrativas, mesmo que sejam combinadas com conteúdo de tarifação-zero.

Atitudes dos UIs

De acordo com os resultados de [46], os UIs são claros no que respeita às suas preferências, no sentido em que parecem valorizar o acesso ilimitado à Internet e uma experiência estável na Internet. Em particular, os UIs não querem estar impedidos de utilizar determinadas aplicações; confiam nas ARN para assegurar que todos sejam tratados de forma igual e para os ajudar a encontrar ofertas alternativas.

No entanto, no que diz respeito à priorização de aplicações para um utilizador específico que pague uma taxa adicional por um serviço, as atitudes dos UIs variam muito nos quatro países¹⁸ estudados no estudo [46] da WIK-Consult:

- Cerca de metade dos respondentes concorda, enquanto a outra metade está cética, que aplicações oferecidas diretamente pelo fornecedor de serviços de Internet sejam priorizadas (por exemplo, IPTV).

¹⁸ Croácia, República Checa, Grécia e Suécia.

- Os resultados mostram geralmente um nível baixo de concordância quanto a aceitar que os prestadores de serviço de acesso à Internet priorizem aplicações se o fornecedor da aplicação lhes pagar para o fazer.
- De acordo com o estudo, os UIs não parecem ser capazes de avaliar determinados aspetos da gestão de tráfego ou da neutralidade da Internet: o elevado nível de não-respostas relacionadas com aspetos técnicos e económicos da gestão de tráfego ou da neutralidade da Internet indica que os UIs não entendem as implicações da neutralidade da Internet em profundidade.
- Aspetos concorrenciais e de inovação são também difíceis de entender pelos UIs, que veem o acesso à Internet como algo essencial, devendo o acesso ser universal. No entanto, quando se trata da decisão de compra real, segundo o estudo, os UIs parecem aceitar ofertas com algumas formas de gestão de tráfego.

Informação para os UIs

De acordo com [46], quando foi pedido aos entrevistados que fizessem uma escolha entre duas ofertas hipotéticas altamente transparentes, para a decisão da oferta escolhida não fez diferença se estes tinham ou não conhecimentos sobre a gestão do tráfego. A Internet é um produto de experiência, o que significa que os UIs aprendem sobre a qualidade de um serviço de acesso à Internet através da sua própria experiência. Isto explica porque é que uma descrição clara do levantamento dos efeitos da gestão de tráfego foi tão eficaz a ajudá-los na escolha. Portanto, em vez de se educarem os UIs sobre como funciona a gestão do tráfego, é mais eficaz e importante que se garanta que as ofertas são transparentes relativamente aos possíveis efeitos que a gestão de tráfego possa ter.

Esta conclusão sugere que os UIs podem desempenhar um papel na resolução de questões de neutralidade da Internet quando são informados sobre os possíveis efeitos de gestão de tráfego em diferentes ofertas de serviços de acesso à Internet. Quando apresentadas ofertas transparentes no que diz respeito à sua própria experiência de Internet, os UIs foram capazes de fazer escolhas informadas, mostrando preferência por ofertas com acesso normal aos conteúdos e aplicações, em vez de ofertas que poderiam ter efeitos adversos, como o estrangulamento ou o bloqueio destes conteúdos e aplicações.

Baseado na informação recolhida pelas ARN, o BEREC/ORECE foi capaz de obter uma “fotografia” das reclamações dos UIs, relativas ao acesso à Internet, bem como dos operadores de redes de comunicações eletrónicas e dos fornecedores de serviços OTT, e como estes as têm resolvido [46]. Verificou-se que a maior parte das reclamações são efetuadas por parte dos UIs, e referem-se principalmente à transparência e qualidade (em particular para serviços móveis) do serviço de acesso à Internet, e não tanto a incidentes relacionados com a neutralidade da Internet. Isto geralmente está relacionado com restrições de largura de banda experimentada pelos clientes que contrataram tarifários com tráfego ilimitado, ou a discrepâncias entre os débitos publicitados e os débitos reais, especialmente em horas de ponta.

Como observado nas orientações publicadas pelo BEREC/ORECE, em 2011, sobre a transparência no âmbito da neutralidade da Internet ([46]), é provável que nenhum método

seja suficiente para assegurar a transparência. Para alcançar a transparência com sucesso, pode ser necessária uma combinação de medidas complementares em diferentes fases da relação entre o UI e os operadores da rede de comunicações eletrônicas. As ARN poderão estipular quais os tipos de informação que devem ser fornecidos pelos fornecedores de Internet e através de que meios (por exemplo, nos seus sítios na Internet, pontos de venda, e nos contratos celebrados com os UIs). A informação também pode ser fornecida pelas próprias ARN ou por terceiros. No entanto, estas diretrizes do BEREC/ORECE também sublinham que a transparência, por si só, pode ser insuficiente e que a facilidade no processo de migração entre diferentes ofertas de acesso à Internet também é importante.

Migração entre diferentes ofertas de acesso à Internet

Não é possível tirar uma conclusão clara dos resultados do estudo [46] da WIK-Consult sobre em que medida a preferência e o comportamento de migração constrange os operadores da rede de comunicações eletrônicas relativamente a serviços de acesso à Internet restritos e não restritos. Há evidências da disposição dos UIs para migrarem para outro operador de redes de comunicações eletrônicas, em resposta a uma medida de introdução da gestão de tráfego pelo atual fornecedor de acesso à Internet. No entanto, minorias significativas de UIs dizem que não têm uma verdadeira escolha, o que sugere que se podem sentir presos ao seu contrato atual e que pode haver uma ineficiência do mercado.

O estudo também revelou que, embora o preço seja o fator mais importante na escolha por parte dos UIs sobre a oferta de acesso à internet contratada, considerações sobre neutralidade como “abrandar o fluxo contínuo de vídeo (*videostreaming*) a não ser que os UIs paguem mais” levaria uma grande maioria de UIs a mudar de fornecedor. Os resultados levam a crer que, embora a sensibilidade ao preço seja alta, também é significativa a sensibilidade dos UIs ao acesso a aplicações populares de Internet e, em certas condições, restrições a essas aplicações poderiam resultar num aumento de migrações. No entanto, o estudo mostra que os UIs, em alguns casos, escolhem uma oferta de serviço de acesso à Internet limitada se o preço for suficientemente baixo.

Nos quatro países envolvidos neste estudo [46], pelo menos metade dos entrevistados migraram de operador alguma vez. A capacidade de os UIs poderem mudar de operador de rede de comunicações eletrônicas ou a sua propensão a fazê-lo é um aspeto central do funcionamento da concorrência, sendo as possíveis barreiras à mudança importantes para as ARN, independentemente da questão da neutralidade da Internet. Ainda segundo este estudo, se uma ARN considerar que existem entraves significativos à mudança de ofertas e níveis insatisfatórios de concorrência no mercado do acesso à Internet, talvez não seja apropriada a adoção de uma política de neutralidade da Internet, que enfatiza a transparência e escolha do UI. No entanto, a sensibilidade dos UIs a recursos indesejáveis de gestão de tráfego atendendo a tipos populares de aplicações na Internet sugere que, caso uma ARN considere que existe concorrência efetiva na prestação de serviço de acesso à Internet, a transparência na escolha do UI é sempre apropriada.

2.1.4 COMPLEMENTARIDADE E SUBSTITUIBILIDADE

Nos mercados de comunicações eletrónicas, o lado da infraestrutura e dos operadores da rede pode ser visto em conjunto com o lado dos fornecedores de serviços OTT, uma vez que os UIs usufruem destes serviços veiculados através da Internet. De facto, a oferta de serviços OTT tende a criar valor adicional para a combinação composta por serviços OTT e infraestrutura de rede. Por outro lado, os serviços OTT, ao oferecerem serviços substitutos dos oferecidos pelos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, tendem a reduzir o valor da oferta do operador de rede [7].

2.1.4.1 COMPLEMENTARIDADE ENTRE INFRAESTRUTURAS E SERVIÇOS OTT

Uma primeira observação é a de que a Internet e os serviços OTT são complementares. Por outras palavras, os UIs beneficiam com o acesso à Internet e com os serviços OTT que são disponibilizados através da mesma. Aliás, como mencionado na secção 2.1.1.3, a relação de complementaridade entre os produtos oferecidos pelos operadores de redes e serviços OTT é bilateral já que a ligação à Internet é essencial para que os UIs acedam aos serviços OTT e os UIs valorizam a ligação à Internet na medida em que esta permite utilizar os serviços OTT¹⁹. Por outro lado, esta complementaridade pode envolver rivalidade, o que é notório quando consideramos serviços OTT de comunicação como o Skype ou o WhatsApp.

Outro exemplo de complementaridade bilateral é aquele que vigora entre equipamento informático e programas informáticos, já que cada um dos produtos é essencial para a utilização do outro. Também neste caso pode haver tensão entre cooperação e concorrência, como se ilustra em Brandenburger e Nalebuff (1997), [48], a propósito da relação entre a Intel e a Microsoft.

Dada a complementaridade existente, não é simples distinguir a contribuição individual da rede e a contribuição dos serviços OTT para o valor social criado. Uma vez que os serviços OTT oferecem serviços que dependem da infraestrutura lançada por empresas de comunicações eletrónicas, o valor social associado à oferta de um serviço OTT adicional não pode ser atribuído exclusivamente a esse serviço.

Em mercados em que diferentes empresas oferecem serviços complementares podem surgir ineficiências, devido à existência de externalidades na fixação de preços. Cada empresa, por

¹⁹ Já Chen e Nalebuff (2006) [49], que estuda a concorrência entre duas empresas com poder de mercado que fornecem produtos complementares, mas em que apenas um dos produtos é essencial ao funcionamento do outro, classificam a relação de complementaridade entre Internet e serviços OTT como unilateral na medida em que apenas a Internet é essencial à utilização de serviços OTT. Outro exemplo de complementaridade unilateral referido é o da relação entre um produtor de sistemas operativos como a Microsoft e produtores independentes de programas informáticos, já que apenas o sistema operativo é essencial para a utilização de outros programas informáticos.

si só, terá tendência para cobrar um preço mais elevado do que o preço cobrado por uma empresa verticalmente integrada; isto acontece porque cada empresa, separadamente, ao praticar um preço alto, não internaliza a perda de receitas da outra empresa, consequência do aumento de preço da primeira. No contexto das comunicações eletrónicas, este é um argumento a favor da integração vertical entre operadores de redes e fornecedores de serviços OTT. Por exemplo, se um operador de rede maximizador do lucro oferecer serviços de armazenamento, o efeito do aumento de preços destes serviços de armazenamento na captação de clientes para a rede será internalizado; já no caso do serviço de armazenamento ser oferecido por um fornecedor de serviços OTT independente, tal efeito sobre a penetração da rede não é tido em conta. A existência deste tipo de externalidades em serviços não verticalmente integrados torna-se um problema quando os prestadores de serviços OTT correspondentes têm poder de mercado²⁰.

Embora esta intuição seja importante, a sua aplicação aos mercados de comunicações eletrónicas, nos quais prestadores de serviços complementares obtêm receitas em diferentes lados do mercado, não é imediatamente evidente. Este é o caso dos serviços OTT de tipo B e C. Tome-se como exemplo o Facebook Messenger, que permite aos utilizadores interagirem entre si trocando mensagens de texto, imagens e vídeos. As receitas do Facebook advêm da publicidade, enquanto as receitas dos operadores de redes / prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, que fornecem a rede utilizada pelo Facebook para chegar aos UIs, são essencialmente compostos por valores de subscrição pagos pelos UIs.

Mesmo nestes casos, [7] mostra que as receitas dos fornecedores de serviços de comunicação eletrónica podem ser negativamente afetadas pelos serviços OTT, mesmo se os primeiros ajustarem a sua política de preços. Por outro lado, no mesmo artigo refere-se ainda que a utilização dos serviços OTT inviabiliza a utilização por parte dos fornecedores de serviços de comunicação eletrónica do número de SMS e chamadas de voz efetuados pelos UIs como mecanismo de filtragem para distinguir UIs com diferentes níveis de disponibilidade a pagar e praticar discriminação de preços, com naturais consequências sobre o lucro dos fornecedores de comunicações eletrónicas.

Em suma, o acesso às aplicações e serviços OTT é parte da proposta de valor que os operadores fazem aos seus clientes nas ofertas de acesso à Internet e, nesse sentido, existe uma relação de complementaridade entre os acessos à Internet e os serviços OTT. Esta relação significa que os operadores da rede beneficiam com a inovação ao nível de novas aplicações e conteúdos por parte dos prestadores de serviços OTT e, por sua vez, estes últimos beneficiam com as melhorias das infraestruturas de rede. Mas, de acordo com [7], para que haja inovação, ambos os lados têm que beneficiar da criação conjunta de valor. Se os benefícios forem exclusivamente apropriados pelos UIs e fornecedores de serviços OTT, os operadores não terão incentivos para investir nas suas redes. A questão colocada por [7] está em determinar em que medida é que os operadores se conseguirão apropriar da parte do valor criado usando as suas redes.

Por fim, Chen e Nalebuff [49] estudam a concorrência entre duas empresas com poder de mercado que fornecem produtos complementares, mas em que a complementaridade é unilateral, e analisa o impacto deste tipo de complementaridade na divisão do excedente.

²⁰ Um caso extremo é o da dupla marginalização no contexto de um monopólio vertical. A este respeito, veja-se [96].

Nestes casos, [49] mostra que se o operador de rede escolher oferecer os seus próprios serviços OTT, entrando no mercado dos fornecedores de serviços OTT, terá incentivo em reduzir o preço até ao custo marginal, extraindo todo o excedente ao cobrar um preço mais elevado pelo acesso à Internet. Por outro lado, [49] conclui que o operador de rede não tem incentivo em degradar a qualidade do serviço OTT, o que é consequência da hipótese assumida de que o valor do serviço OTT é baixo, o que se traduz num preço praticado neste mercado igual ao custo marginal. Este resultado parece não estar de acordo com alguma evidência empírica apresentada, por exemplo, em [45].

2.1.4.2 SUBSTITUIBILIDADE

A acompanhar a existência de serviços OTT, as fontes de receita tradicionais da comunicação um-a-um (*one-to-one*) estão a diminuir, como se pode verificar no capítulo 3. Em particular, há serviços que podem ser considerados substitutos para SMS e MMS tradicional, como é o caso dos serviços oferecidos pelo WhatsApp (recentemente adquirido pelo Facebook), o iMessage da Apple, o Facebook Messenger, o Twitter e o Viber. Existem também serviços que podem substituir as chamadas de voz, nomeadamente os serviços oferecidos pelo Skype e o FaceTime Audio.

Entre os muitos serviços que os operadores da rede / prestadores de serviços de comunicações eletrónicas oferecem, [7] aponta os seguintes como tendo particular relevância:

- Comunicação um-a-um na parte que recebe. Na Europa, o preço por estes serviços é tipicamente zero.
- Comunicação um-a-um na parte que inicia. Os prestadores de serviços de comunicações eletrónicas tradicionais cobram pelos seus serviços.
- Dados enviados.
- Dados recebidos.

Para poder usufruir destes serviços, o UI tem que ter acesso à rede de Internet e necessita de um dispositivo que pode ser ligado através de uma tecnologia de acesso. O acesso à Internet e os dispositivos que recentemente se tornaram disponíveis permitem, por sua vez, a utilização de serviços OTT.

Em [50] apontam-se como principais impulsionadores da substituição dos serviços de chamadas de voz e SMS prestados pelos operadores tradicionais por serviços OTT a penetração de telemóveis inteligentes e a penetração de aplicações de VoIP e mensagens IP utilizadas através dos telemóveis inteligentes. São analisados estes dois efeitos no que segue.

Penetração de aplicações de VoIP e mensagens IP

Os serviços de chamadas de voz e SMS prestados pelos operadores tradicionais podem ser substituídos por várias aplicações de dados, nos quais se incluem o VoIP, as mensagens por IP e os meios de comunicação social. No entanto, a substituição de SMS por mensagens por IP tem um efeito mais visível, não só pelo preço pago por mensagem, que é

consideravelmente menor ou por vezes nulo, como também por melhorar a própria experiência do utilizador. De acordo com [50], os serviços de mensagem baseados em IP melhoram a experiência do utilizador aos seguintes níveis:

- Pode ser facilmente verificado o estado da mensagem (enviado/entregue/lido).
- As partes envolvidas na comunicação podem ver o estado de cada uma das restantes partes (*online /offline* (fora de linha) /a escrever mensagem/outro estado definido pelo utilizador).
- O comprimento máximo de uma mensagem baseada em IP vai além do comprimento máximo de um SMS.
- Os menus autoexplicativos do serviço por IP facilitam o processo de partilha de arquivos de *media* ou a criação de conversas em grupo.
- Serviços como *emoticons*, imagens e ficheiros de voz proporcionam uma experiência de comunicação mais rica.

A Fig. 2.1.4.2.1 apresenta o grau de substituição entre serviços de chamadas de voz e SMS prestados pelos operadores tradicionais e serviços VoIP, mensagens IP e redes sociais apresentado em [50]. Verifica-se que o grau de substituíbilidade entre chamadas internacionais e VoIP, bem como entre SMS e mensagens IP é máximo. As respostas dos operadores de redes ao VoIP e às mensagens IP têm variado, passando por bloquear tais serviços, a cobrar pela sua utilização e, mais recentemente, desenvolver os seus próprios serviços concorrentes (ver secção 3.4).

		Substituição por			Impacto líquido 2014 (mil milhões \$)
		Chamadas VoIP	Mens. Instant. /Email	Redes Sociais	
Serviços	Voz	Nacional			19
		Internacional			
		Roaming Internacional			
	Visitantes (Roaming de entrada)				
	SMS				21

Fig. 2.1.4.2.1 – Grau de substituição entre serviços de comunicação eletrónica tradicionais e serviços OTT de comunicação. Fonte: [50]

Em [50] são apontados dois aceleradores-chave ao nível da substituição: o efeito dos quadrados e comunidade e as aplicações de plataforma neutra, que passamos a descrever.

1. **Efeito dos quadrados e da comunidade:** quanto maior for a rede de utilizadores de um serviço OTT de comunicação, maior será o benefício para o utilizador individual: se 1% da base de subscritores de serviços de comunicação eletrónica tradicionais utilizar uma determinada aplicação baseada em IP, espera-se que a percentagem esperada de substituição de SMS por mensagens IP seja igual a $1\% \times 1\% = 0.01\%$. Se a penetração da aplicação atingir os 50%, esta percentagem aumenta para $50\% \times 50\% = 25\%$. Além disso, o efeito comunidade impulsiona a substituição através da adoção em massa de aplicações

de mensagens IP e VoIP dentro das comunidades; mesmo que a penetração total de utilizadores de uma aplicação de mensagens IP ou VoIP num país possa ser baixa, pode ser elevada dentro de certos grupos de pessoas (por exemplo, estudantes e grupos profissionais). Como os indivíduos pertencentes a essas comunidades comunicam principalmente com outros membros da comunidade, a intensidade de substituição pode ir muito além dos níveis previstos pelo efeito dos quadrados²¹.

2. **Aplicações de plataforma neutra:** a taxa de substituição será ainda maior no caso das aplicações que podem ser utilizadas em todos os tipos de sistemas operativos e dispositivos. De facto, as aplicações de plataforma neutra (como o WhatsApp e o Facebook) podem ser usadas em vários sistemas operativos e dispositivos, o que aumenta a sua popularidade e, simultaneamente, promove a substituição. Pelo contrário, a aplicação BlackBerry Messenger só estava disponível em telemóveis inteligentes BlackBerry e, portanto, só permitia a comunicação entre utilizadores que possuíssem um telemóvel inteligente BlackBerry. Para evitar que os utilizadores de BlackBerry migrassem para aplicações de plataforma neutra (ou, pior, para outros telemóveis inteligentes), foi lançada posteriormente uma versão do BlackBerry Messenger para os sistemas iOS e Android.

Ainda em [50] defende-se que os princípios de substituição de SMS tradicional por mensagens por IP aplicam-se, em grande extensão, à substituição de voz tradicional por voz IP, com três exceções-chave:

1. **Experiência do utilizador:** em geral, as aplicações de mensagens IP proporcionam uma melhor experiência ao utilizador do que os serviços de SMS; no entanto, a qualidade de VoIP móvel (mVoIP) fica geralmente atrás da dos serviços de voz móvel. Com a ascensão do Wi-Fi e da tecnologia LTE, estes problemas de qualidade podem ser (pelo menos, parcialmente) superados.
2. **Tarifário:** o VoIP é utilizado principalmente como um substituto para chamadas internacionais. A diferença entre os preços VoIP e chamadas internacionais com preço *premium* é muito maior do que a diferença entre as mensagens IP e as SMS.
3. **Penetração:** embora a penetração de mensagens IP já tenha atingido níveis significativos, a penetração dos utilizadores de mVoIP está num estado inicial. Projeções futuras sobre o crescimento variam muito, mas até as estimativas mais otimistas são baixas em comparação com o número de utilizadores de mensagens IP.²² No entanto, o Facebook (cuja maioria dos utilizadores tem telefones móveis) pode aumentar a penetração mVoIP ao implementar serviços VoIP. Além disso, o lançamento do serviço FaceTime Audio, VoIP da Apple como parte do sistema operativo iOS 7, pode impulsionar ainda mais a penetração do mVoIP. Através do FaceTime Audio, os utilizadores podem efetuar gratuitamente chamadas de longa distância e chamadas internacionais para outros utilizadores da Apple através da integração das aplicações FaceTime e iMessage.

No que diz respeito a preferências relativas entre chamadas de voz usando o serviço de acesso à Internet móvel versus as chamadas de voz tradicionais, [47] aponta para que, além do preço, apenas a qualidade seja um fator relevante na escolha da tecnologia utilizada para

²¹ O impacto do efeito de comunidade é analisado em [97], no âmbito do mercado das comunicações.

²² De acordo com [50], as projeções mais generosas apontam para 410 milhões de utilizadores de mVoIP em 2015, enquanto este número de utilizadores de mensagens IP foi atingido em 2010.

fazer uma chamada. Verifica-se também que, em igualdade de circunstâncias relativamente às restantes características estudadas, a nova tecnologia é preferível (chamadas VoIP), o que permite a conclusão retirada em [47] de que não há qualquer resistência à adoção da nova tecnologia.

Penetração dos telemóveis inteligentes

Apesar do potencial dos telemóveis inteligentes para permitir a substituição dos SMS e chamadas de voz por serviços OTT, em [50], os telemóveis inteligentes surgem como uma ferramenta de retenção no prestador do serviço de voz móvel tradicional:

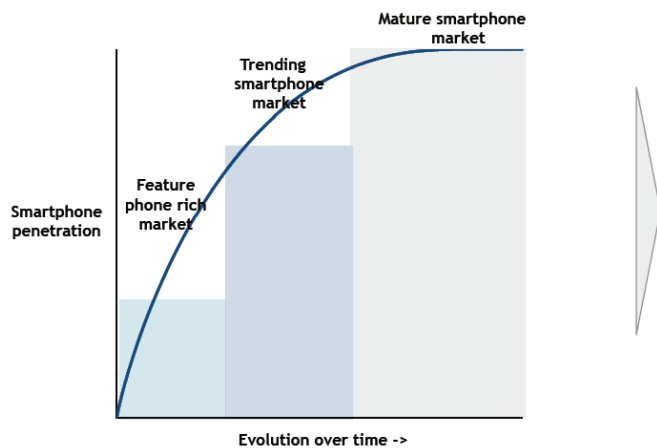
- Clientes com telemóveis inteligentes pós-pagos estão fidelizados em contratos de longo prazo, e a penalização por rescisão antecipada é elevada (para proteger o subsídio do aparelho do operador).
- Os clientes que migram dos telemóveis tradicionais, com pouca ou nenhuma capacidade para instalação de aplicações, para telemóveis inteligentes normalmente relatam o aumento da satisfação com o seu prestador de serviços. Como os dispositivos são um fator determinante da escolha do prestador de serviços, uma melhor experiência com o dispositivo por parte do cliente pode minimizar o risco de desistência desse operador.
- Se se chegar a acordos de exclusividade, ser o único prestador de serviços que oferece determinados dispositivos pode também melhorar o posicionamento de um operador.

Operadores de redes, como a Sprint, indicam ter os níveis de desativação a diminuir com a introdução de telemóveis inteligentes ou iPhones. Quando o iPhone foi lançado no Reino Unido, o único operador a reduzir o seu preço taxa de desativação foi a O2, que ofereceu iPhones aos seus subscritores em regime de exclusividade.

Enfrentar o desafio da substituição

De acordo com [50], os operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas precisam de fazer um diagnóstico para determinar o grau de substituição entre serviços tradicionais e serviços por IP.

Determine phase based on smartphone levels...



... and define commercial levers accordingly

NON-EXHAUSTIVE

Feature phone rich market

- **Foster smartphone penetration through**
 - Introduction of low-cost smartphones
 - Bundling of data with voice & SMS
 - Simplification of tariffs such as tiered pricing (data caps, speeds)

Trending smartphone market

- **Balance adoption by**
 - Managing device portfolio (devices beyond phones)
 - Determining handset subsidies considering customer lifetime value

Mature smartphone market

- **Manage bandwidth and profitability through**
 - Rebalanced tariffs with data as the center of gravity across all devices
 - Managing network congestion through increased spectral efficiency, network sharing models, offloading, etc (femtocells, WiFi)

Fig. 2.1.4.2.2 - Fases de penetração dos telemóveis inteligentes. Fonte: [50]

Assim que os operadores de redes compreendam onde se encontram na “curva de substituição” (ver Fig. 2.1.4.2.2) vão precisar de tomar medidas adequadas. Numa fase inicial de adoção (níveis baixos de penetração de telemóveis inteligentes), os operadores de redes podem focar-se apenas nos preços dos dados. No entanto, com o aumento da penetração, o foco deve mudar para os custos de aquisição e retenção de subscritores; um subsídio de retenção com base no período de fidelização de um cliente e modernizações (*upgrades*) de rede graduais podem permitir gerir o congestionamento da rede e assegurar a retenção dos clientes. Finalmente, numa fase mais avançada (como é o caso dos Estados Unidos, Europa ou Singapura), em [50] propõe-se que seja feito um reequilíbrio de prioridades, com foco principal nos dados móveis. A análise das reações dos operadores da rede / prestadores de serviços de comunicações eletrónicas será aprofundada na secção 3.4.

2.1.4.3 MERCADO E PODER DE MERCADO

Definição do mercado relevante

Para avaliar o poder de mercado e, eventualmente, considerar o tipo de intervenção regulatória necessária, é preciso primeiro definir o mercado relevante, isto é, o conjunto de produtos que os utilizadores finais consideram substituíveis entre si.

A ferramenta usualmente utilizada para a definição do mercado num mercado tradicional é o chamado método do monopolista hipotético (teste SSNIP - *Small-But-Significant-Non-Transitory-Increase-in-Price Test*, que define o mercado como o menor conjunto de produtos, tal que um aumento de preço substancial (normalmente, 5 ou 10%) e não transitório (normalmente, um ano) por um hipotético monopolista seja rentável.

Partindo de um conjunto de produtos candidatos para o mercado relevante, o teste SSNIP é implementado através da simulação de um aumento de preços acima do nível concorrencial

por parte de um monopolista hipotético que produz estes produtos. Enquanto se verificar uma redução no lucro do monopolista, o teste aumenta progressivamente o número de produtos de propriedade do monopolista. No momento em que não se verifique uma redução nos lucros na sequência de um SSNIP pelo monopolista hipotético, o conjunto de produtos de propriedade do monopolista na última simulação constitui o mercado relevante.

É importante avaliar quais os serviços que são substituíveis por outros. Por exemplo, um teste SSNIP para serviços móveis de voz deve considerar todas as possibilidades de substituição relevantes. Em particular, os consumidores podem mudar para serviços OTT se experienciarem um aumento de preços nos serviços tradicionais de voz. Além disso, os consumidores podem substituir parte das suas chamadas por mensagens SMS ou por serviços OTT de substituição, como o WhatsApp. Em geral, isto está de acordo com a opinião expressa pela Comissão Europeia: “Características do produto e utilização pretendida são insuficientes para concluir se dois produtos são substitutos na procura [...] as diferenças nas características do produto não são, em si, suficientes para excluir a substituíbilidade da procura [...]”

Diferentes tecnologias podem pertencer ao mesmo mercado. Na perspetiva de um UI, muitas vezes é irrelevante se uma ligação à Internet é estabelecida através de redes de cobre e fibra, redes de cabo, redes Wi-Fi, redes LTE, redes UMTS ou via satélite. A substituíbilidade na procura deve, assim, ser o critério fundamental para a definição do mercado. Uma possível complicação é que um utilizador pode mudar a sua localização, o que afetará as ofertas disponíveis. Assim, a substituíbilidade da procura geográfica e inter-temporal para serviços de comunicações eletrónicas terá de ser tida em conta para a definição de mercado.

Outras questões complexas surgem quando se tenta aplicar o teste SSNIP aos mercados de redes e serviços de comunicações eletrónicas, tendo em conta que estes envolvem complementaridades e externalidades de vários tipos. Em particular, uma vez que os operadores de redes / prestadores de serviços de comunicações eletrónicas são plataformas num mercado formado pelos UIs e pelos fornecedores de serviços OTT, levanta-se a questão de como aplicar um teste SSNIP a um mercado de dois lados. Primeiro, porque num mercado de dois lados as empresas podem, como vimos, definir dois preços, um para cada lado do mercado, em que um dos lados poderá subsidiar o outro dada a presença de externalidades de rede indiretas. Em segundo lugar, os lucros dependem da estrutura geral de preços. Assim, há que saber se se devem considerar os lucros em um ou em ambos os lados do mercado. Estas questões têm sido abordadas tanto pela Comissão Europeia como pelas autoridades nacionais da concorrência de vários países. Do ponto de vista da teoria económica, são vários os artigos que pretendem incorporar as especificidades dos mercados de dois lados na definição de mercado. Veja-se, entre outros, [51], para o caso dos *media*, e [52], [53] e [54] sobre os casos específicos dos motores de busca e das redes sociais.

Tome-se o exemplo de uma plataforma de dois lados, com os lados A e B ligados por externalidades de rede positivas entre grupos. A aplicação de um teste SSNIP unilateral no lado A só conta para o efeito direto que um aumento de preços terá sobre a procura e os lucros do lado A; não vai ter em conta o facto de que uma redução do número de clientes de um lado conduzir a uma redução do número de clientes do lado B. Neste caso, mesmo que o preço do lado B for mantido constante, também haverá uma perda de lucros do lado B. Inversamente, um teste SSNIP unilateral também não tem em conta o facto de que um menor número de clientes do lado B reduz, por sua vez, a procura do lado A, e assim por

diante. Por isso, também estaria a subestimar a perda de lucros do lado A. Externalidades de rede positivas entre os dois lados da plataforma reduzem a rentabilidade do aumento de preços. Portanto, de acordo com [7] e [52], o risco de aplicar um teste SSNIP padrão que não conta com efeitos de retroação traduz-se, em muitos casos, numa definição de mercado que é demasiado restritiva.

O ponto de partida para a definição de mercado deve ser sempre os UIs e os serviços finais que estes procuram, o que não implica que os fornecedores de serviços OTT e operadores da rede / prestadores de serviços de comunicações eletrónicas devam ser necessariamente incluídos no mesmo mercado. A análise deve ser feita caso a caso. É sempre essencial começar por perguntar qual é o conjunto de produtos que os UIs procuram. De acordo com [7], para boa parte dos UIs, o acesso à rede não encerra em si muito valor; o valor é trazido pela combinação acesso à rede e serviços OTT disponibilizados pela rede. Seguindo a prática atual no que respeita a mercados pós-venda (*after-markets*), pode-se definir um “sistema” de mercados, que inclui o mercado principal, para ligação, e o mercado secundário, para utilização de conteúdo. Os consumidores valorizam o sistema e antecipam a utilidade que obterão a partir do mercado secundário no momento de compra do produto primário. Neste caso faz todo o sentido considerar que os produtos primários e secundários pertencem ao mesmo sistema de mercados.

Avaliação de poder de mercado significativo

Uma vez definido o mercado relevante, o passo seguinte, do ponto de vista da política de concorrência e da regulação, é considerar se existe algum interveniente com poder de mercado significativo. O poder de mercado reflete a capacidade de uma empresa se comportar de maneira prejudicial aos interesses dos UIs (por exemplo, através da fixação de preços excessivos, da má qualidade dos serviços ou da falta de inovação) ou de fechar o mercado à concorrência [7].

Uma vez que diferentes tipos de operadores (nomeadamente operadores de redes e fornecedores de serviços OTT) oferecem serviços substitutos, as definições dos mercados têm vindo a alterar-se, tendo-se tornado mais abrangentes. Este facto, por si só, tende a reduzir o poder de mercado eventualmente detido por uma empresa, o que poderá reduzir, na perspectiva de [7], a necessidade de intervir nestes mercados com o objetivo de garantir que há concorrência.

No entanto, e ainda de acordo com [7], a existência de relações verticais entre os operadores da rede e prestadores de serviços OTT deverá ser vigiada, já que estas relações podem exercer uma influência importante sobre o poder de mercado. Por exemplo, um operador de acesso à Internet em banda larga que está em posição de oferecer acesso exclusivo a vídeo-a-pedido para filmes *premium* pode enfrentar reduzida concorrência por parte de outros operadores de banda larga e pode ser capaz de sustentar preços mais elevados. Nestes casos, a fonte de poder de mercado é o acesso exclusivo ao serviço OTT e não o controlo da infraestrutura e é tipicamente o fornecedor do serviço OTT que se apropria de boa parte deste benefício. Assim, [7] defende que qualquer medida de regulação com vista à resolução deste problema teria que estar relacionada com o acesso ao serviço OTT. Por exemplo, a obrigação de fornecer acesso à rede imposta a um operador de banda larga, que goza de

poder de mercado, pois oferece acesso exclusivo a serviços de vídeo-a-pedido *premium*, pouco faria para corrigir o problema. Um concorrente efetivo exigiria acesso ao conteúdo.

No caso dos serviços OTT, como é o caso dos serviços de mensagem IP, pode haver alguma dificuldade em cobrar preços positivos aos UIs, mas quando englobados num pacote com outros serviços, como redes sociais, este serviço de mensagens fornece aos prestadores de serviços OTT mais informação sobre os UIs, o que pode ser utilizado para melhor dirigir os conteúdos de publicidade. De acordo com [7], isto pode dar aos prestadores de serviços OTT em causa uma vantagem sobre os concorrentes, o que resultará no aumento de receitas obtidas do lado dos anunciantes. Esta assimetria implica que o modelo de receita tradicional dos operadores de redes para os SMS possa ser substituído por um modelo baseado em publicidade desde que os operadores da rede se consigam apropriar de parte das receitas que os fornecedores de serviços OTT obtêm com a publicidade.

Tal como a existência de relações verticais, a oferta de pacotes de serviços deve ser tida em conta na avaliação do poder de mercado. Em [55] mostra-se que pacotes de serviços de comunicações, nomeadamente pacotes triplos (*triple-play*), são um mercado relevante e alerta-se para a necessidade de ter este facto em consideração numa análise de concorrência (em particular, na identificação das empresas dominantes). Já de acordo com [7], a replicabilidade destes pacotes por parte da concorrência é essencial e deve ser verificada caso a caso. Aliás, a existência de relações verticais e a oferta de pacotes podem aumentar os níveis de eficiência (a primeira ao evitar a dupla marginalização, a segunda ao permitir aproveitar economias de escala e de gama), razão pela qual em [7] se defende que a sua classificação enquanto prática em prol da concorrência ou anti concorrencial deve ser considerada *ex post* e não ser sujeita a regulação *ex ante*.

Para além dos operadores de redes e fornecedores de serviços OTT, ao avaliar o poder de mercado, há que ter em consideração os fornecedores de sistemas operativos, que poderão estar integrados com os fornecedores de dispositivos (veja-se o caso da Apple). A Apple, o Google e a Microsoft são importantes fornecedores de serviços OTT, mas também controlam sistemas operativos. Assim, de acordo com [7], o seu comportamento deverá ser vigiado também neste papel.

Por fim, em [7] alerta-se para o facto de, numa avaliação do poder de mercado, para além de entrar em conta com as alterações que a definição dos mercados tem sofrido, também há que ter em conta que pode haver uma alteração na própria natureza da concorrência. De facto, nestes mercados, os custos de montar uma rede são avultados e, regra geral, as redes construídas são sobredimensionadas, de tal forma que o excesso de capacidade só gradualmente é utilizado. A construção de uma rede pode desencorajar empresas concorrentes, já que os custos são em larga medida afundados e estas empresas enfrentariam forte concorrência das empresas já instaladas. No entanto, uma vez construídas infraestruturas concorrentes, a concorrência será intensa, mesmo que os níveis de concentração de mercado sejam elevados. Nestes casos, uma intervenção no mercado com vista a proteger a concorrência poderá ser desnecessária.

3. SERVIÇOS OTT – IMPACTO NO SETOR DAS COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS

3.1. A NÍVEL INTERNACIONAL

Nos últimos anos, a utilização crescente de serviços OTT tem coincidido com uma tendência de descida de receitas no tráfego de voz e SMS por parte dos operadores da rede de comunicações eletrónicas. No caso Europeu, esta tendência de redução de receitas de voz e SMS traduziu-se numa redução no volume de receitas totais a partir de 2008 (IDATE, 2013). O modelo de negócios da maioria dos fornecedores de serviços OTT assenta principalmente na angariação de utilizadores, praticando preços baixos ou nulos, e utilizando, por outro lado, as infraestruturas dos operadores da rede de comunicações eletrónicas, o que permite reduzir os custos para um valor mínimo. Este modelo de negócios pode justificar, entre outros factores, a erosão de receitas dos operadores de redes de comunicações eletrónicas tradicionais, que disponibilizam ao utilizador, mediante o pagamento de um valor base, serviços que não trazem vantagem aparente em comparação com os serviços OTT.

Os casos mais evidentes são os serviços voz sobre IP (VoIP - *Voice over IP*) em concorrência com as chamadas de voz tradicionais, sobretudo ao nível de chamadas internacionais, e os serviços de mensagens instantâneas (IM - *Instant Messaging*) que concorrem com o SMS e MMS²³. Os dados divulgados pelos operadores da rede de comunicações eletrónicas indicam um declínio considerável no envio de SMS devido a aplicações como o WhatsApp, que alteram os hábitos dos utilizadores no que diz respeito a mensagens instantâneas e a redes sociais. A situação é um pouco melhor para a voz móvel, mas os operadores ainda estão sujeitos a perder terreno para as aplicações VoIP, como o Skype e o Viber [56]. Desta forma, as aplicações/serviços OTT que permitem realizar comunicações pela Internet podem ser possíveis substitutos dos serviços de comunicação eletrónicas.

O gráfico seguinte mostra que o volume total de SMS enviados a nível mundial atingiu o seu ponto mais alto em 2012 (7,8 biliões), decrescendo consecutivamente em 2013 e 2014. Em 2018, estima-se que o volume total de SMS enviados atinja os 6,4 biliões [57].

²³ É de notar que, à luz da definição de serviços OTT adotada neste relatório, nem todos os serviços VoIP são serviços OTT. Exclui-se, por exemplo, o serviço telefónico suportado em tecnologia VoIP oferecido pelos operadores.

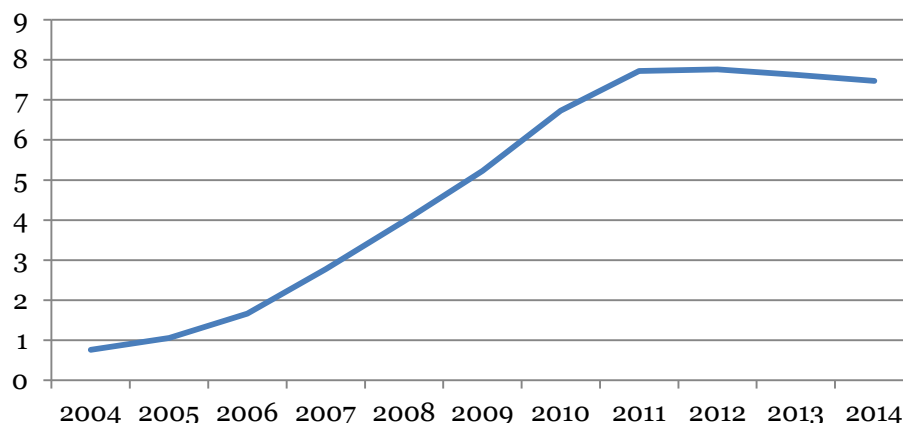


Fig. 3.1.1 - SMS enviadas a nível mundial (bilhões). Fonte: [57]

Em 2013, o volume de mensagens enviadas através de serviços OTT superou pela primeira vez o volume de SMS enviados, atingindo os 10 bilhões, estimando-se que em 2018 este valor ascenda aos 67 bilhões [4]. Só para o mercado Norte-Americano, estima-se que o decréscimo de SMS represente uma perda superior a 2 mil milhões de dólares até 2018.

Como se pode observar na figura seguinte, o volume de SMS enviadas em Portugal acompanha a tendência de SMS enviadas a nível mundial.

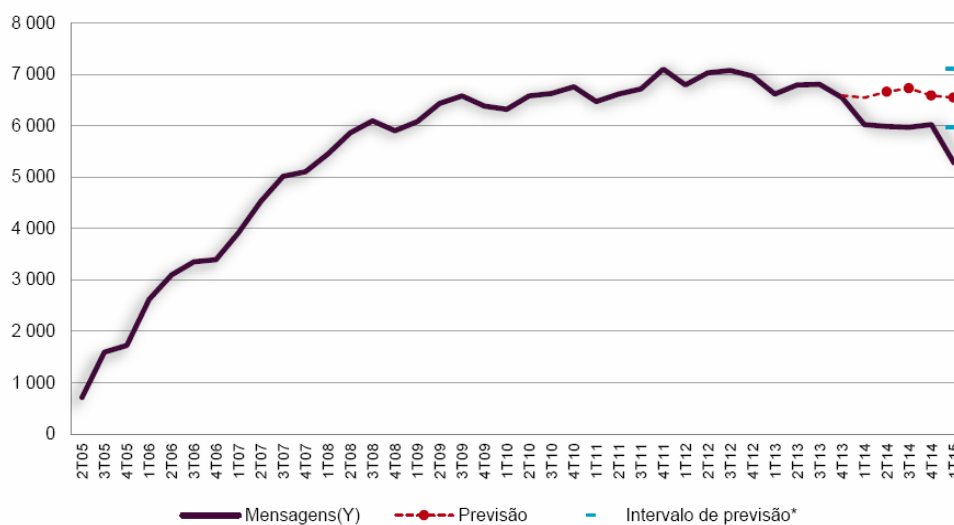


Fig. 3.1.2 – SMS enviadas em Portugal (milhões). Fonte: [58]

Confirmando-se o aumento previsto da taxa de penetração de Internet (por 100 habitantes) – que atualmente atinge os 42,4% a nível mundial – assim como o aumento previsto da taxa de penetração dos telemóveis inteligentes – que se situa nos 28,2% – e que proporcionam a utilização da grande maioria de serviços OTT, é expectável que a utilização de serviços OTT continue a aumentar em detrimento dos serviços tradicionais oferecidos pelos operadores da rede de comunicações eletrónicas, aumentando o impacto a nível económico (tomando como exemplo o operador de telecomunicações holandês KPN, onde se concluiu que um aumento de 10% na taxa de penetração dos telemóveis inteligentes reduziu as receitas dos serviços de voz e mensagem tradicionais entre 0,5 e 0,6% [2]).

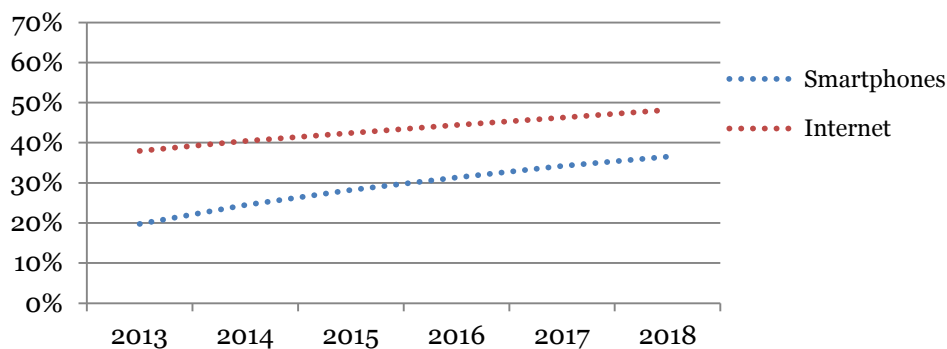


Fig. 3.1.3 – Projeção das taxas de penetração da Internet e de telemóveis inteligentes a nível mundial²⁴. Fontes: [59], [60]

Em Portugal (e na Zona Euro, em geral) também se verifica o aumento da taxa de penetração da Internet, bem como o aumento da percentagem de utilizadores de telemóvel que têm telemóvel inteligente, como se pode observar na Fig. 3.1.4 e na Fig. 3.1.5 respetivamente.

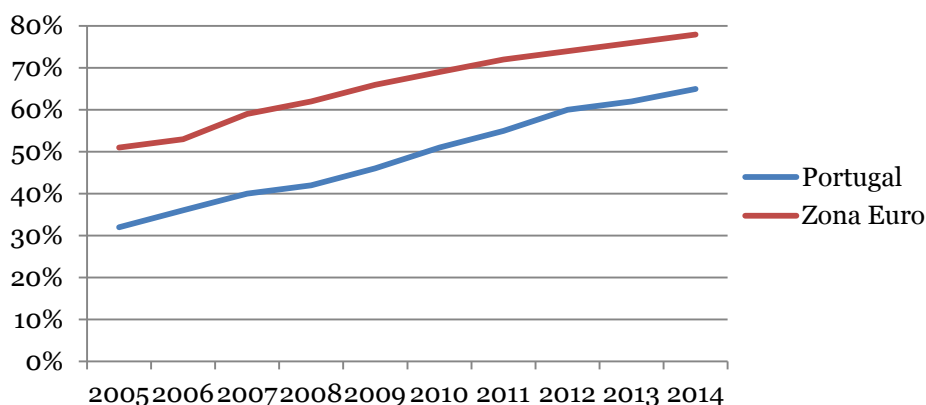


Fig. 3.1.4 – Percentagem de indivíduos utilizadores de telemóvel que possuem telemóvel inteligente. Fonte: [61]

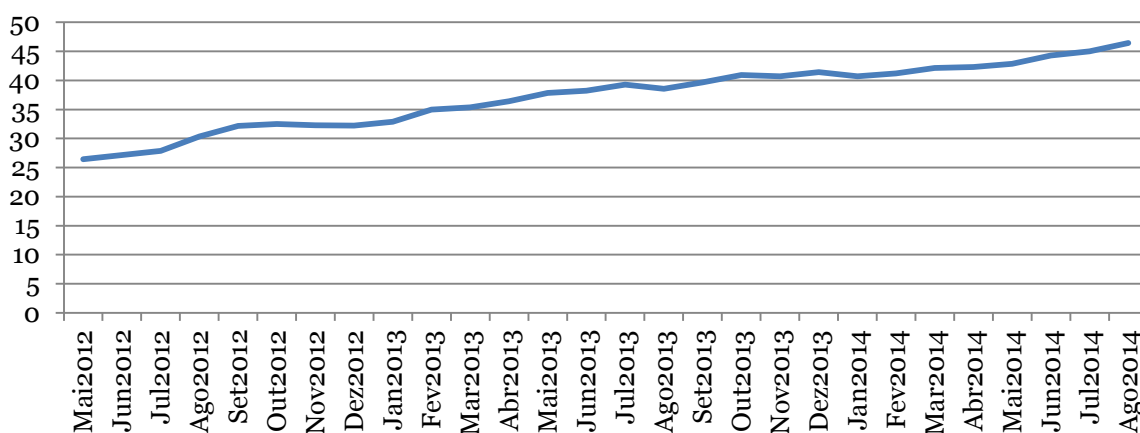


Fig. 3.1.5 – Percentagem de indivíduos possuidores de telemóveis que têm telemóvel inteligente. Fonte: [6]

²⁴ A partir de 2014 (inclusive) são apresentados valores estimados.

Na Fig. 3.1.6 observa-se o declínio das receitas dos operadores da rede de comunicações eletrónicas desde 2008 até 2014²⁵. Mais especificamente, na Europa, nos últimos anos a receita proveniente do serviço telefónico fixo continua a decrescer, ao passo que a receita da banda larga (Serviços móveis e dados e serviço de acesso à Internet fixa) ganha terreno. A crescente popularidade da banda larga móvel não é suficiente para impedir a queda das receitas no setor móvel.

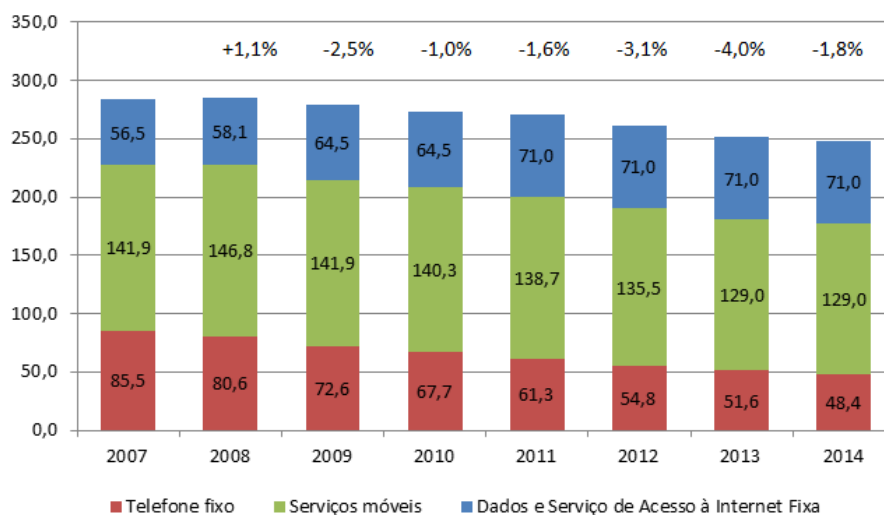


Fig. 3.1.6 – Receitas (EUR bn) dos operadores da rede de comunicações eletrónicas Europeus 2008-2014. Fonte: IDATE, 2013

Em 2011, a ICD e a A.T. Kearney Analysis realizaram uma previsão até 2020 da evolução das receitas dos serviços de dados, voz e SMS a nível europeu (UE-27, Suíça e Noruega), tendo concluído que as receitas dos serviços de voz e SMS decresceriam anualmente de forma consecutiva. Por outro lado, o serviço de dados teria ganhos consecutivos até 2020, sendo que estes ganhos seriam inferiores às perdas dos serviços referidos anteriormente [62].

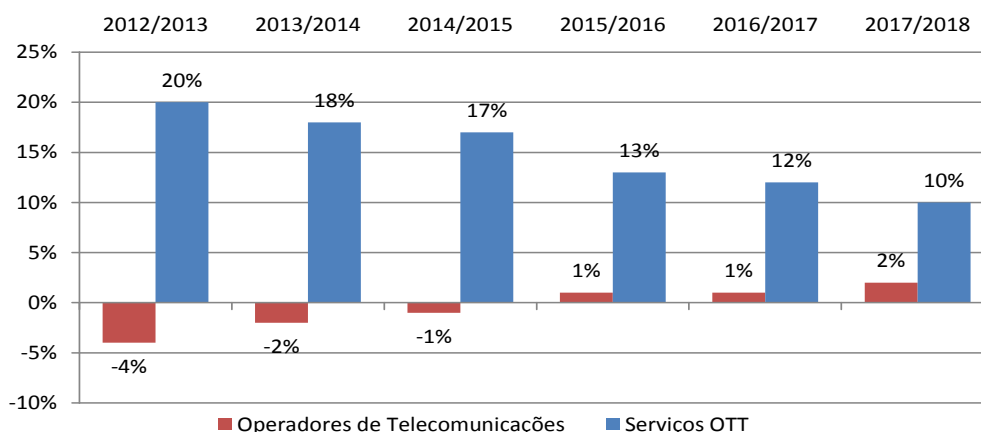


Fig. 3.1.7 – Crescimento das receitas OTT vs. operadores da rede de comunicações eletrónicas na EU-28²⁶. Fonte: IDATE, 2013

²⁵ Em 2014 são apresentadas receitas estimadas.

²⁶ A partir de 2014 são apresentados valores estimados.

Na Fig. 3.1.7 verifica-se que a partir de 2014 é espectável as receitas do sector dos OTT continuarem a aumentar de forma elevada, embora com uma taxa de crescimento a diminuir gradualmente de ano para ano. Para os operadores da rede de comunicações eletrónicas, embora o número de assinaturas de banda larga esteja a crescer [56], as receitas médias por utilizador (ARPU) dos serviços de rede fixa e móvel estão em declínio (Fig. 3.1.8) devido aos efeitos da concorrência de preços, à substituição de serviços tradicionais por serviços OTT e à regulação relacionada com os preços de terminação e de itinerância internacional (*roaming*)[56], [63], [64].

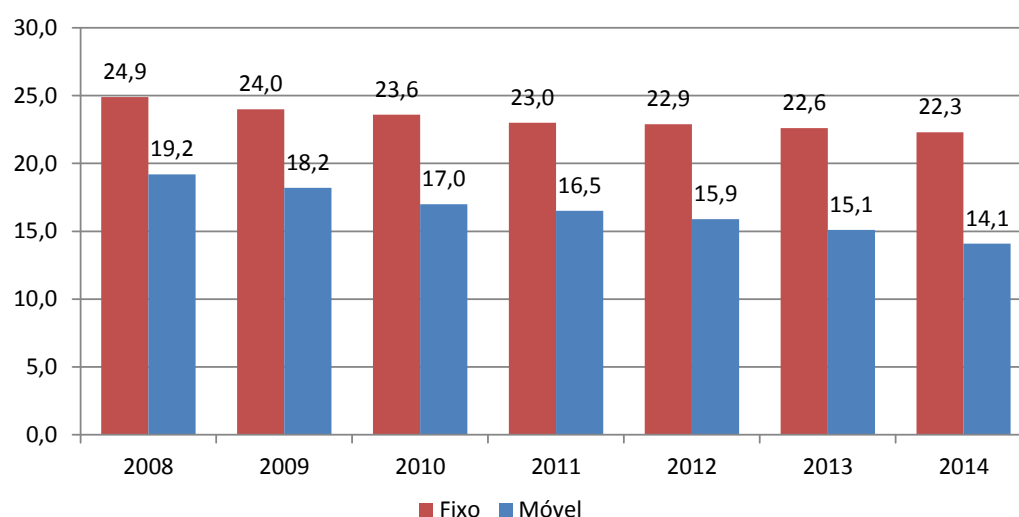


Fig. 3.1.8 – Evolução ARPU (EUR/mês) na Europa. Fonte: IDATE, 2013

Já o mercado dos serviços OTT é diferente do dos operadores, nomeadamente no que diz respeito à existência de barreiras à entrada. O número reduzido de barreiras à entrada no mercado dos serviços OTT permite mudanças muito rápidas neste mercado, embora se tem verificado que a maior parte das empresas que atinge o topo tende a ficar no topo, o que naturalmente se pode dever simplesmente ao facto de o mercado dos serviços OTT ser um mercado recente.

Na Fig. 3.1.9 observa-se que a utilização dos serviços VoIP nos grandes mercados da União Europeia não parou de crescer desde 2012, esperando-se a continuação da tendência até 2018, sendo a Alemanha a liderar nas estimativas.

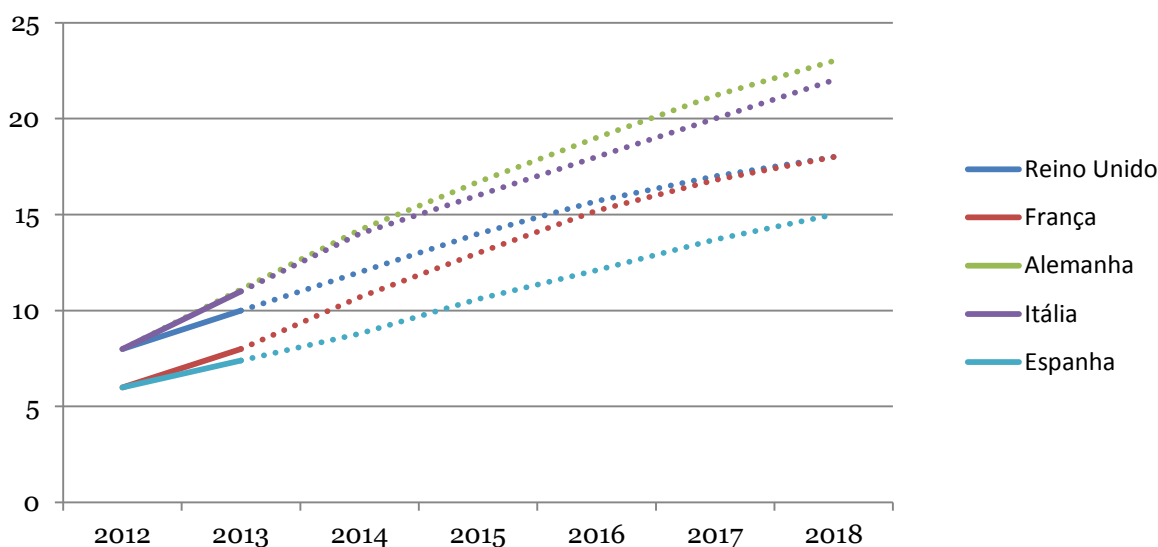


Fig. 3.1.9 - VoIP (em milhares de milhões de minutos)²⁷. Fonte: IDATE, 2013

O mesmo se aplica às mensagens escritas via serviços OTT (Fig. 3.1.10), embora se preveja um abrandamento da taxa de crescimento. Em termos de volume de mensagens, o líder tem sido o Reino Unido, prevendo-se que continue a liderança nos anos futuros, seguindo-se a França e a Itália.

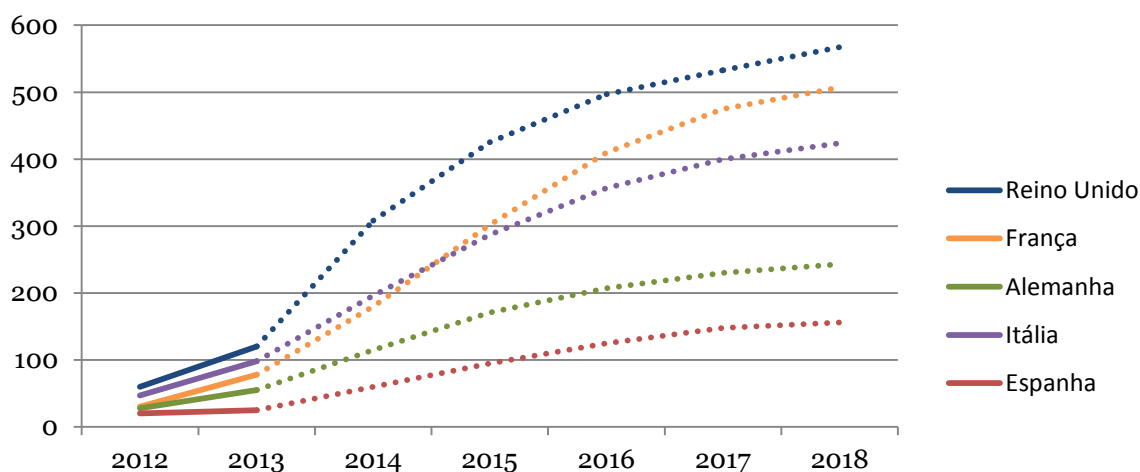


Fig. 3.1.10 - Mensagens enviadas (em milhões) via serviços OTT²⁸. Fonte: IDATE, 2013

O aumento da utilização de serviços de chamadas de voz e vídeo pela Internet e mensagens instantâneas está presente, não só na esfera pessoal, mas também a nível profissional. Com o aumento do número de UIs que trabalham a partir de casa ou fora do escritório, a utilização de serviços OTT e de partilha de documentos tem aumentado. Segundo o estudo da Regus [65] sobre o trabalho remoto (trabalhar em casa ou fora do escritório), 90% dos 44 mil

²⁷ A partir de 2014 são apresentados valores estimados.

²⁸ A partir de 2014 são apresentados valores estimados.

trabalhadores em 100 países espalhados pelo globo que participaram no inquérito *online*, realizado em Janeiro de 2015, indicaram ter utilizado pelo menos um serviço de mensagens instantâneas no mês anterior, por motivos profissionais.

A Fig. 3.1.11 mostra que o Skype, o WhatsApp e o Facebook Messenger se destacam de forma clara das restantes ferramentas de comunicação em termos de utilização para contatos a nível profissional.

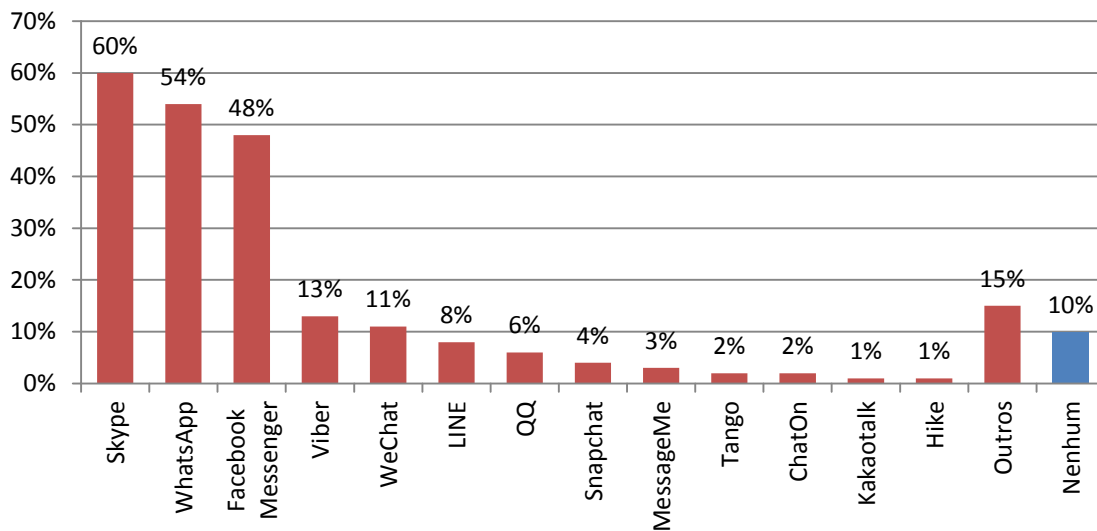


Fig. 3.1.11 – Ferramentas de comunicação mais utilizadas a nível profissional. Fonte: [65]

Ao nível do tráfego global de dados móveis, espera-se um aumento do mesmo em 11 vezes, a partir de 2013 (Fig. 3.1.12). Estima-se que o maior aumento no consumo de tráfego móvel seja observado entre 2017 e 2018. O grande crescimento é justificado com o aumento exponencial das conexões móveis à Internet, superando, segundo as estimativas, 10 000 milhões (mais do que a população mundial). Adicionalmente estima-se que o tráfego global de vídeo móvel venha a representar 69% do tráfego global de dados móveis [66].

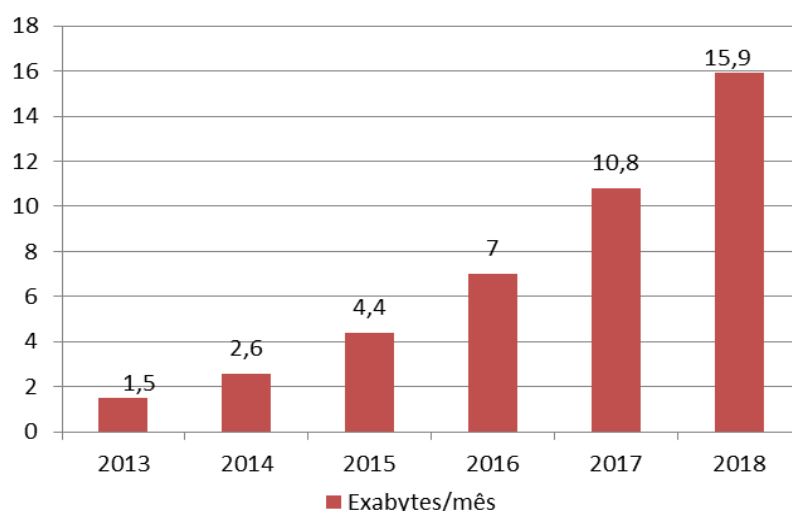


Fig. 3.1.12 – Previsão da evolução do tráfego global de dados móveis, Exabytes/mês (1 Exabyte corresponde a 1 073 741 824 Gigabytes)²⁹. Fonte: [66]

Até 2017, prevê-se que a velocidade média da conexão móvel duplique, sendo que este aumento será responsável pelo aumento do tráfego global de dados móveis (Fig. 3.1.13).

As tecnologias de telecomunicações móveis de quarta geração (4G) desempenharão um papel relevante na evolução prevista. É esperado que em 2018 as redes 4G sejam responsáveis por 15% de todas as conexões efetuadas, ao invés dos 2,9% verificados em 2013. Adicionalmente, espera-se que 51% de todo o tráfego de dados móveis gerados em 2018 seja suportado por tecnologias de quarta geração [66]. Analisando de forma conjunta a evolução do tráfego de dados móveis (Fig. 3.1.12) e da velocidade das conexões móveis (Fig. 3.1.13), verifica-se que, a nível global, o aumento esperado na procura de dados não será acompanhado na mesma dimensão pela velocidade de ligação, o que poderá gerar constrangimentos ao nível da qualidade do serviço de acesso à Internet e consequentemente dos serviços e aplicações OTT.

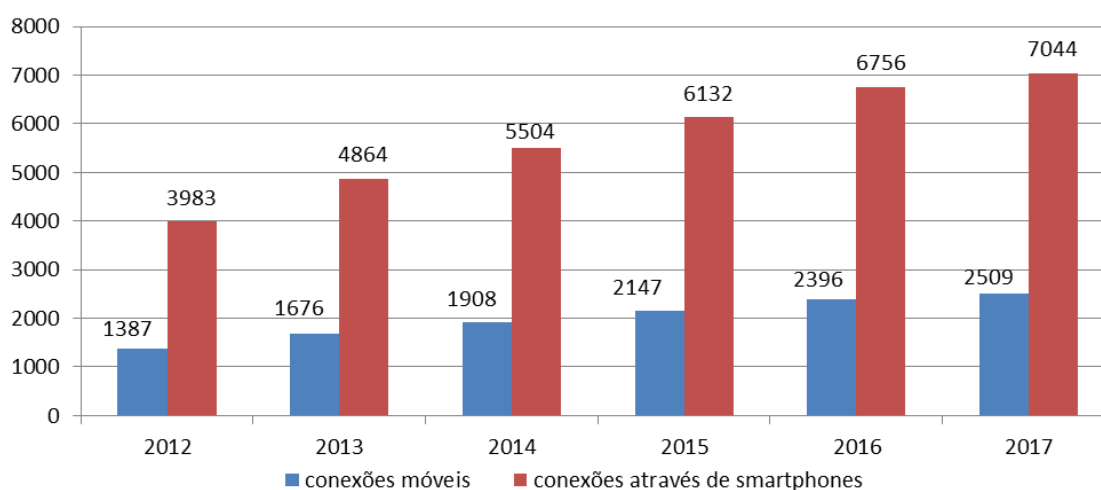


Fig. 3.1.13 – Previsão da evolução da velocidade média das conexões móveis, em kbps³⁰. Fonte: [66]

²⁹ A partir de 2013 são apresentados valores estimados.

³⁰ A partir de 2013 são apresentados valores estimados

Atualmente a TV tradicional através de redes de transmissão domina o consumo de *media* audiovisual [67]. Isto poderá mudar substancialmente em 2030, com a banda larga fixa e Wi-fi a desempenharem um papel crescente na distribuição de conteúdo de vídeo - como substituto e como complemento das redes de radiodifusão tradicionais. No entanto, há muita incerteza sobre a dimensão destes efeitos.

A Fig. 3.1.13 mostra uma estimativa da Analysys Mason para as despesas em serviços tradicionais de TV por subscrição e serviços de vídeo OTT na Europa Ocidental [68].

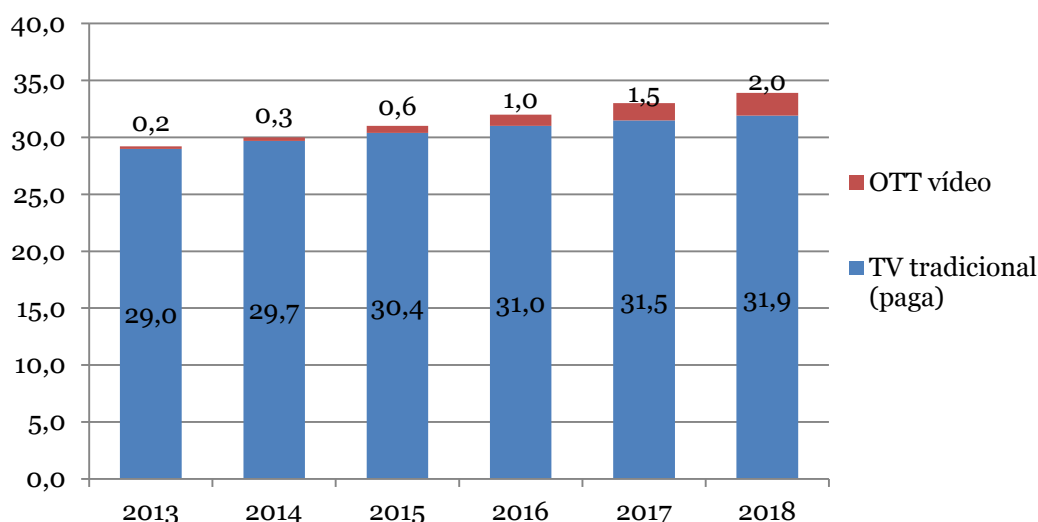


Fig. 3.1.14 – Estimativa das despesas em serviços de TV tradicionais pagos e serviços de vídeo OTT na Europa Ocidental (em milhões de euros). Fonte: [68]

Apesar de haver a possibilidade de os subscritores de TV cancelarem as suas inscrições e mudarem para serviços de vídeo OTT ou substituírem alguns dos canais *premium* ou vídeos a pedido por assinatura pelos serviços de vídeo OTT, as previsões mais recentes efetuadas pela Analysys Mason parecem não fundamentar esta situação. De acordo com essa empresa, espera-se que, em 2018, apenas 1,8% das famílias da Europa Central e Oriental utilizem o vídeo OTT como um serviço primário de TV por subscrição (isto é, que utilizem os serviços de vídeo OTT como o seu único meio para obter conteúdos de vídeo no seu dispositivo de TV). Este rácio é de 4,9% na Europa Ocidental.

De acordo com estudos da Analysys Mason [69], cerca de metade das famílias (43% na Europa Central e na Europa de Leste, e 51,2% na Europa Ocidental) utilizarão serviços de vídeo OTT como serviço de subscrição secundário. Este efeito de complementaridade será parcialmente estimulado pela implicação de custos adicionais no caso da radiodifusão digital (um descodificador (box) extra para cada aparelho de televisão adicional e um período mínimo de fidelização, por oposição às subscrições de serviços de cabo analógicos, que permitem o acesso através de vários aparelhos de televisão sem estas implicações).

A Fig. 3.1.15 mostra o predomínio esperado de serviços de vídeo OTT como serviços secundários de TV por subscrição nos próximos anos. Apesar de evidenciar algum nível de complementaridade, esta figura mostra um declínio, embora lento, da subscrição de TV por acesso tradicional.

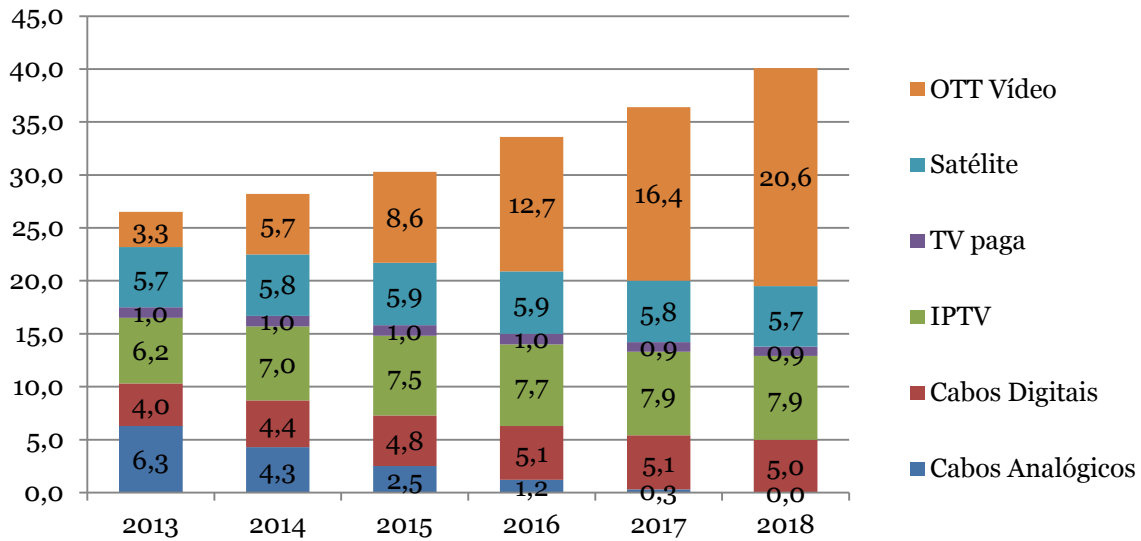


Fig. 3.1.15 - Evolução prevista das plataformas secundárias de TV paga na Europa Ocidental (milhões de assinantes). Fonte: [68]

3.2. A NÍVEL NACIONAL

Os operadores da rede de comunicações eletrónicas têm vindo a dinamizar fortemente a economia nacional, investindo de forma continuada em infraestruturas inovadoras [64]. Em Portugal, à semelhança do registado na generalidade dos países desenvolvidos, a adesão e utilização dos serviços de aplicações e conteúdos OTT encontra-se em franco crescimento, sobretudo no escalão etário até aos 34 anos, nos escalões de rendimento mais elevados e nos indivíduos com nível de escolaridade médio ou superior [70].

A Fig. 3.2.1 ilustra a evolução positiva da percentagem de utilizadores de Internet que efetuam chamadas de voz ou vídeo através da mesma a nível nacional.

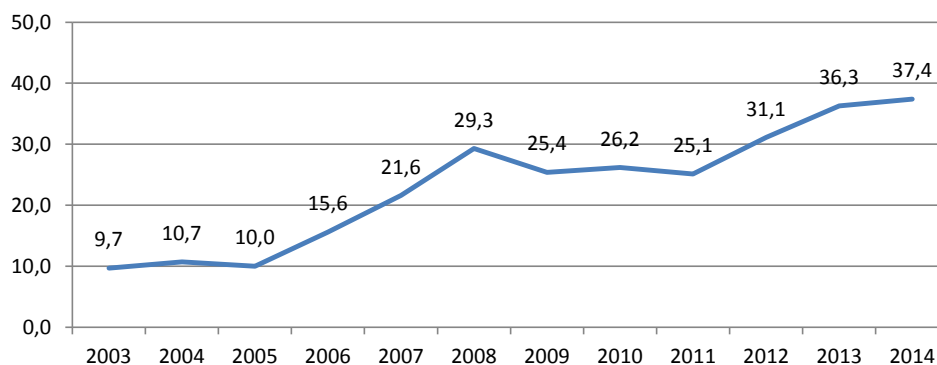


Fig. 3.2.1 - Evolução da percentagem de utilizadores de Internet que efetuam chamadas de voz ou vídeo pela Internet. Fonte: [70]

No quarto trimestre de 2014 a penetração do serviço de voz móvel ascendeu a 160,5 por 100 habitantes, ao passo que a taxa de penetração das estações móveis com utilização efetiva foi de 124,9 por 100 habitantes. Com o aumento da utilização de formas de comunicação alternativas, no quarto trimestre de 2014 os utilizadores do serviço de SMS enviaram menos 8,1% de mensagens e o volume de receitas acumuladas dos serviços a clientes decresceu 12,3% face ao período homólogo, atingindo os 1.756 milhões de euros [5].

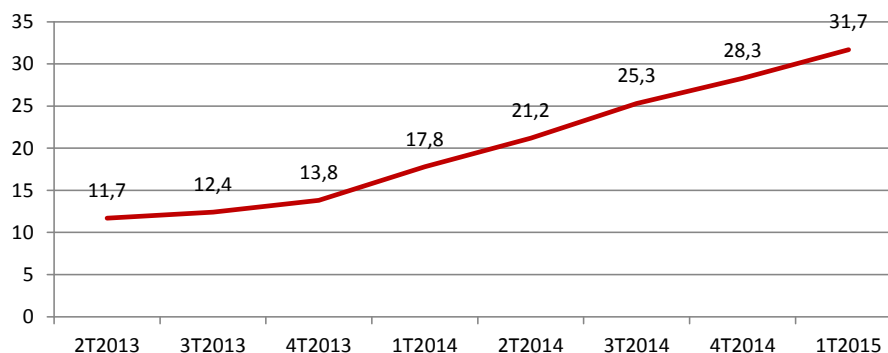


Fig. 3.2.2 - Evolução da percentagem de utilizadores que utilizam os serviços de mensagens instantâneas. Fonte: [58]

Por outro lado, observou-se um crescimento da utilização dos serviços típicos da banda larga móvel (5,2 milhões, o que representa +10,6% face ao período homólogo), associado ao aumento da penetração da Internet no telemóvel e à crescente penetração dos telemóveis inteligentes. A introdução das ofertas com chamadas “ilimitadas” e a eliminação da diferenciação tarifária entre redes móveis (intra-redes (*on-net*)/ inter-redes (*off-net*)), entre outros fatores, levaram ao aumento do volume de minutos de conversação originados nas redes móveis (+10,5% face ao período homólogo) [5].

Acompanhando a tendência mundial no que diz respeito à utilização de serviços OTT em contexto laboral, para os portugueses as aplicações VoIP mais populares são o Skype (82,1%), o Facebook Messenger (58,0%) e o Viber (28,3%), enquanto o WhatsApp (60,4%) é de longe a aplicação de mensagens instantâneas mais utilizada em telemóveis inteligentes [65].

Mas o aumento da proporção de utilizadores de serviços OTT em Portugal não se reflete apenas nos serviços de mensagens instantâneas e chamadas de voz e vídeo pela Internet, como se pode comprovar pela Fig. 3.2.3. Os serviços a partir de telemóveis podem ser repartidos em dois grupos: os que não necessitam de ligação à Internet (serviço de SMS e itinerância internacional) sofreram ligeiras alterações no nível de utilização durante 2013 e 2014, registando-se um ligeiro aumento de utilização no último trimestre de cada ano (o que pode estar relacionado com a época festiva); e os serviços que necessitam de ligação à Internet (VoIP, mensagens instantâneas,...), que aumentaram de forma consecutiva ao longo dos últimos trimestres.

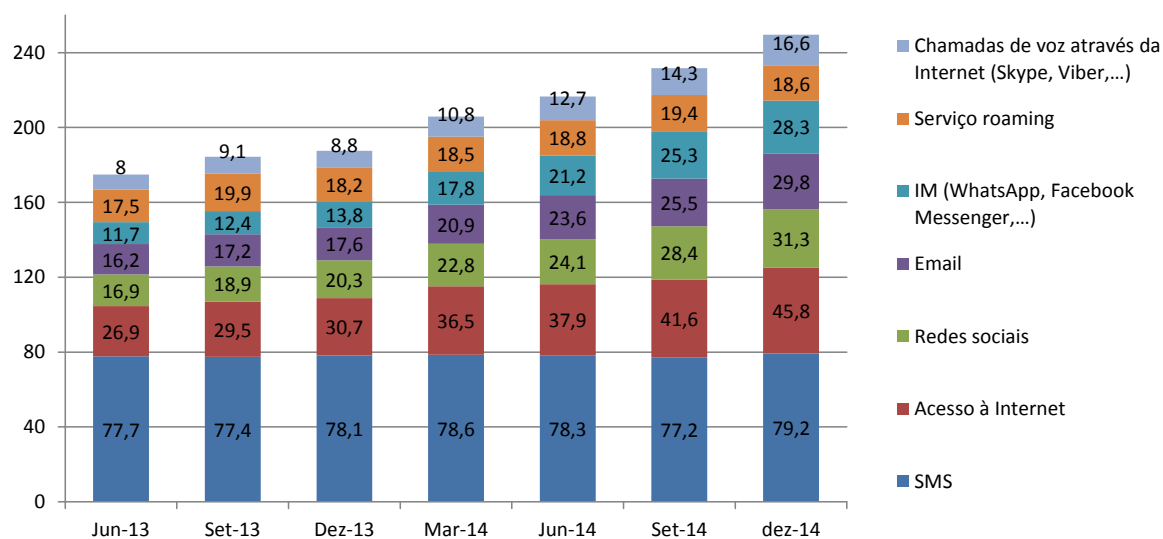


Fig. 3.2.3 - Nível de utilização de serviços no telemóvel (%). Fonte: [58]

Porém, o aumento da utilização de serviços OTT que se reflete no aumento da utilização das infraestruturas (ao nível do número de acessos e consumo de dados), levaria a um maior investimento nas infraestruturas atuais de forma a suportar o aumento esperado, mantendo desta forma a qualidade do serviço e prevendo possíveis congestionamentos na rede.

Na Fig. 3.2.4 estão representadas as quotas de assinantes, por tipo de serviço, dos principais operadores da rede de comunicações eletrónicas a atuar em Portugal. À exceção da TV por subscrição, a MEO detém a maior quota para os restantes serviços, seguida da NOS e da Vodafone. O Grupo Altice e outros operadores da rede de comunicações eletrónicas representam quotas de assinantes significativamente mais pequenas do que as dos operadores mencionados anteriormente.

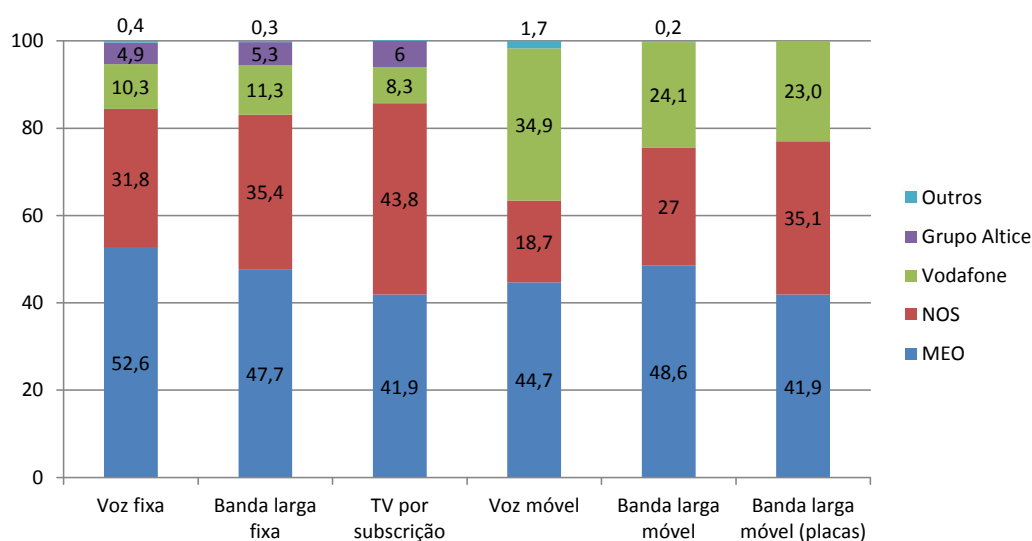


Fig. 3.2.4 - Quotas de assinantes no 1º trimestre de 2015 em Portugal (%). Fonte: [71]

A Fig. 3.2.5 apresenta, para os três operadores da rede de comunicações eletrónicas com maior quota de assinantes em Portugal, a evolução do índice CAPEX, que representa o investimento realizado em ativo fixo (infraestrutura, equipamentos, etc.).

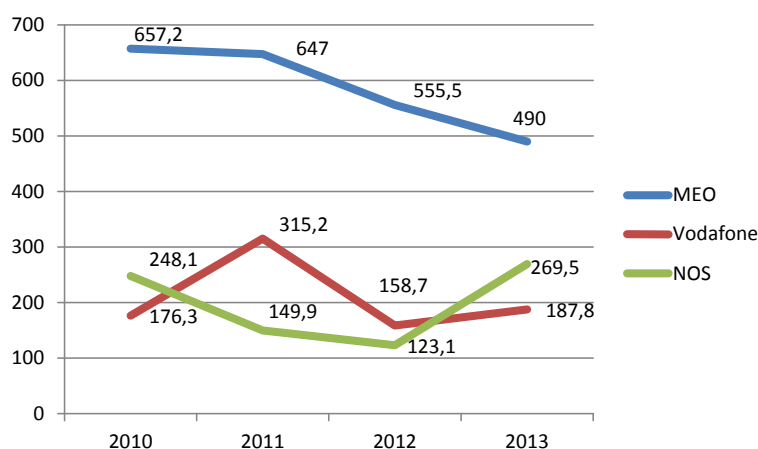


Fig. 3.2.5 - Evolução das despesas de capital (CAPEX, em milhões de euros) dos principais operadores da rede de comunicações eletrónicas em Portugal. Fonte: Relatório e Contas da MEO, Vodafone e NOS, anos 2010-2013

Desde 2010, altura em que se observou uma preocupação crescente com o impacto dos serviços OTT nas receitas dos operadores da rede de comunicações eletrónicas ao nível internacional, em Portugal verificou-se também uma tendência para a diminuição do investimento nas infraestruturas por parte da MEO e da NOS, tendo a Vodafone apresentado um percurso menos regular, não evidenciando uma tendência definida.

A esta redução no investimento poderá também não ser alheio o facto de já existir em Portugal, quando comparado com outros países, uma elevada cobertura de redes de nova geração (*Next-Generation Access*) e de redes LTE (*Long Term Evolution*), fruto de elevados níveis de investimento em anos anteriores. Existe, aliás, uma diferença muito significativa entre a capacidade instalada e a penetração, o que permite acomodar altos débitos de dados.

	2010	2011	2012	2013	2014
Investimento global CE	1 469 532	1 510 018	1 069 056	995 476	1 140 053
Variação (%)	9,3%	2,8%	-29,2%	-6,9%	14,5%
Investimento em CE	1 076 791	899 713	773 663	741 994	615 831
Variação (%)	2,1%	-16,4%	-14,0%	-4,1%	-17,0%
Peso do investimento em CE no investimento global CE	73,3%	59,6%	72,4%	74,5%	54,0%

Quadro 3.2.6 – Investimento global CE³¹ versus Investimento em CE³². (Fonte: Mercado das comunicações na economia nacional 10-14. ANACOM)

A acompanhar esta tendência de descida do investimento, estão também as receitas operacionais dos três principais operadores da rede de comunicações eletrónicas (Fig. 3.2.7).

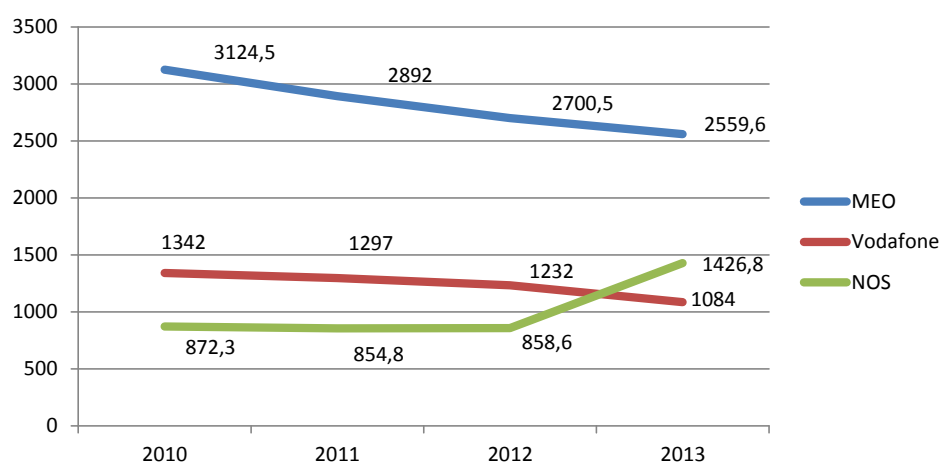


Fig. 3.2.7 - Evolução das receitas operacionais dos principais operadores da rede de comunicações eletrónicas em Portugal, em milhões de euros. (Fonte: Relatório e Contas da MEO, Vodafone e NOS, anos 2010-2013)

Comparando o valor das receitas totais dos três operadores em 2010 (5338,8 milhões de euros) com o valor registado em 2013 (5070,4 milhões de euros), verifica-se que a quebra das receitas totais destes operadores neste período rondou os 5,03%. Tendo em conta a

³¹ Inclui investimento em imobilizado corpóreo e incorpóreo, realizado e em curso, de todas as empresas prestadoras de serviços de CE. Os valores divulgados respeitam à atividade global das empresas prestadoras, ou seja, CE e outros serviços eventualmente prestados pelas mesmas.

³² Investimento a custos técnicos: inclui imobilizações corpóreas, incorpóreas e adiantamentos a fornecedores de imobilizado. Investimento apenas em CE apurado pelas empresas. São excluídos os valores de Licenças

desaceleração do ritmo de investimento global nas infraestruturas e o aumento do consumo de dados e do número de utilizadores, poder-se-ia concluir que os operadores da rede de comunicações eletrónicas estão numa fase de otimização de recursos, tendo também em conta a situação económica atual. Um sinal que poderá confirmar este cenário foi o facto de em meados de 2014 a Vodafone e a MEO terem assinado um acordo de desenvolvimento e partilha de fibra, com o qual ambos conseguem chegar a um maior número de potenciais clientes com menores investimentos, especialmente em zonas menos povoadas onde existe menor concorrência [72].

3.3. UTILIZAÇÃO DA INFRAESTRUTURA

Já em 2001 se considerava que a comunicação eletrónica baseada em IP seria a tecnologia do futuro, englobando todo o tipo de comunicação (voz, mensagens, multimédia, etc.). Num encontro informal em Genebra, sob tutela da União Internacional das Telecomunicações, perspetivou-se um novo papel para os operadores da rede de comunicações eletrónicas no futuro, que passava por estes se tornarem primariamente em transportadores de dados [73].

Presentemente, a comunicação eletrónica baseada em IP possibilitou aos serviços OTT entregar diretamente conteúdos ao utilizador final, evitando o controlo direto do detentor da infraestrutura de telecomunicações. Assim sendo, o conhecimento e, conseqüentemente, o controlo sobre o conteúdo que passa na rede dos operadores diminuiu, enquanto o volume de dados que percorre a sua infraestrutura aumentou exponencialmente.

O crescimento do volume de dados, numa situação em que os operadores da rede de comunicações eletrónicas veem as suas receitas a diminuir, levanta um dilema: por um lado, a necessidade de investimento por parte dos operadores em infraestruturas capazes de transportar mais dados e a maior velocidade; por outro lado, a falta de disponibilidade para realizar este investimento, uma vez que os operadores já não podem gerar a mesma receita com o provisionamento do conteúdo.

Existem no entanto outros fatores-obstáculos para os operadores da rede de comunicações eletrónicas investirem nas infraestruturas [2]:

- Os operadores da rede de comunicações eletrónicas esperavam que a infraestrutura existente tivesse um excesso significativo de capacidade necessária à sua utilização. Com o grande aumento de tráfego, esta pode não estar preparada para acompanhar as necessidades da atualidade, requerendo elevados custos de investimento.
- A política de preços praticada é frequentemente regulada em função dos custos e poderá restringir a possibilidade de ultrapassar as dificuldades enfrentadas.
- As questões relativas à neutralidade da Internet poderão também restringir os operadores da rede de comunicações eletrónicas de criar serviços especializados.

Em suma, quer a receita, quer o incentivo para investir em infraestruturas, que advinham da capacidade de cobrar aos fornecedores de conteúdo na rede pelo provisionamento do seu conteúdo, diminuíram significativamente, tornando o investimento dos operadores da rede de comunicações eletrónicas de ampliar a capacidade da rede mais arriscado. Ao mesmo tempo, os serviços OTT têm sido mais procurados pelos UIs no mercado, estimulando o

investimento em infraestrutura, de forma a ser capaz de suportar o tráfego existente. Os fatores anteriormente descritos podem gerar insegurança sobre as receitas provenientes do investimento nas infraestruturas de comunicações eletrónicas.

Uma reação espectável por parte dos operadores da rede de comunicações eletrónicas seria adotar uma política de preços refletora do volume de tráfego consumido. Porém, muitas vezes os próprios operadores da rede de comunicações eletrónicas assumem uma atitude passiva na esperança de ver os serviços e aplicações OTT serem limitados/controlados pelas autoridades reguladoras, reequilibrando o mercado.

A possível passividade dos operadores, ao ter como consequência níveis de investimento na rede de comunicações eletrónicas menores do que o necessário, poderá indiretamente conduzir ao futuro declínio das empresas/organizações dependentes das tecnologias de informação e comunicação via Internet. Este cenário é naturalmente evitável já que os próprios prestadores de serviços OTT podem tomar a iniciativa de efetuar investimentos em capacidade de transmissão. Aliás, investimentos desta natureza, nomeadamente em cabos submarinos mas também em meios terrestres, têm sido anunciados por empresas como a Google e a Microsoft³³. A falta de investimento na rede de comunicações eletrónicas, que coloca em risco o desenvolvimento empresas/organizações dependentes das tecnologias de informação e comunicação via Internet coloca também em risco, consequentemente, o desenvolvimento da economia de um país, bem como a sua imagem [2].

Possíveis recomendações para evitar eventuais externalidades negativas na rede de comunicações eletrónicas

Os serviços OTT não estão expostos à mesma base regulamentar que os operadores tradicionais (ver 4.4). Tal como Pierre Larouche menciona, na sua análise à proposta do pacote legislativo “Continente Conectado” para o Parlamento Europeu [74], é necessário ter em consideração as seguintes recomendações:

- Dois serviços funcionalmente equivalentes e classificados como possíveis substitutos, embora diferentes na tecnologia utilizada, devem estar sujeitos ao mesmo quadro regulatório, nomeadamente serviços universais, proteção do consumidor, serviços de emergência, entre outros;
- A existência de pacotes triplos (*triple-play*) e pacotes quádruplos (*quadruple-play*) poderão colocar alguns operadores da rede de comunicações eletrónicas em desvantagem competitiva, obrigando-os à criação de parcerias por incapacidade de oferecer tais pacotes isoladamente. Como tal, as autoridades reguladoras teriam de equilibrar esta situação no mercado de forma a garantir o maior número de operadores da rede de comunicações eletrónicas em concorrência;

³³ A Google investiu já 300 milhões de dólares dos EUA em cabos submarinos que ligam os EUA e o Japão e anunciou em Outubro de 2014 a construção de um cabo que liga o Brasil e os EUA [98][97][96](notícia MEIOBIT DE 9/10/2014). Em Maio de 2015, a Microsoft anunciou que fechou uma parceria para construção de um novo cabo submarino que liga a China à Coreia do Sul, Taiwan, Japão e os EUA (notícia CANALTECH 12/5/2015). Outros acordos realizados pela Microsoft referem-se à utilização de um cabo de fibra óptica submarino transatlântico que permite oferecer uma ligação mais rápida entre o Canadá, a Irlanda e o Reino Unido, bem como à utilização de um cabo que liga Shirley, Nova Iorque e a costa oeste da Irlanda notícia CANALTECH 12/5/2015).

- O princípio da neutralidade da Internet, estimulado pela Comissão Europeia, impede os operadores da rede de comunicações eletrónicas de gerar receitas adicionais com o fornecimento de serviços/conteúdos OTT. Como tal, para garantir extensão e inovação de redes de comunicações eletrónicas, seria necessário uma intervenção regulatória apropriada para possibilitar aos operadores da rede de comunicações eletrónicas angariar receitas a partir dos serviços OTT:
- Caso ocorra uma inovação inesperada, proveniente da atividade dos operadores da rede de comunicações eletrónicas, e capaz de inverter o contexto envolvente, ainda assim seria justificada uma intervenção menos profunda do que a anteriormente referida.

A divulgação integral das alterações futuras ao nível do mercado de comunicações eletrónicas Europeu, abordadas na secção 4.4, permitirá perceber se os pontos de preocupação expressos neste subcapítulo foram considerados pela Comissão Europeia.

3.4. OPERADORES DA REDE DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS – POSSÍVEIS ESTRATÉGIAS A ADOTAR

As tarifas planas (*flat-rate*), uma espécie de “tudo incluído na mensalidade”, possibilitaram aos operadores, nos anos 2000, uma forte penetração, primeiramente no mercado de rede fixa e, mais tarde, no mercado de rede móvel. Porém, ao contrário do que se esperava, esta estratégia de preços não contribuiu para aumentar o retorno médio por utilizador [75].

A elevada penetração de telemóveis inteligentes no mercado trouxe consigo as aplicações de comunicação OTT que, por sua vez, têm vindo a alimentar um decréscimo no consumo do tráfego de voz e SMS tradicionais, fornecidos pelos operadores da rede de comunicações eletrónicas e um aumento exponencial do volume de dados transacionados, que ultrapassou a largura de banda oferecida pelos mesmos. Esta situação deveu-se, em grande parte, às tarifas planas: apesar do aumento do volume de dados consumido por utilizador, os operadores não viam aumentar os seus retornos na mesma dimensão, mesmo que investissem na infraestrutura capaz de transacionar maior volume de dados [75].

Posto isto, apresenta-se de seguida uma compilação de possíveis estratégias a adotar por parte dos operadores de redes de comunicações eletrónicas, tendo por base diferentes referências bibliográficas.

Com base no risco de mercado - caso serviços de SMS

Um estudo realizado pela McKinsey em 2012, englobando trinta e dois países distintos espalhados pelo globo, sobre os fatores que levaram ao elevado declínio no consumo de SMS, identifica quatro forças-motoras principais para essa ocorrência [76]:

- A existência de uma base tecnológica propícia, como a terceira geração de padrões e tecnologias de telefonia móvel (3G), bem como uma elevada taxa de penetração de telemóveis inteligentes, o que constitui também uma elevada pressão, do lado da procura, para uma elevada oferta de serviços OTT.

- O incentivo económico para adotar serviços OTT: apresentam uma alternativa menos dispendiosa (ou mesmo gratuita) quer para tráfego de SMS, quer para voz, pelo que quanto maior for o custo dos serviços dos operadores da rede de comunicações eletrónicas, maior será o incentivo para adotar serviços OTT.
- A tendência social para adotar serviços OTT, derivada do uso de outros atributos do progresso tecnológico (os próprios telemóveis inteligentes), também tem vindo a desempenhar um papel importante no declínio das receitas dos operadores no que se refere ao tráfego SMS e voz, com maior impacto nas faixas etárias mais baixas.
- Os mercados onde uma única aplicação ou um único Sistema Operativo para telemóveis inteligentes apresentam elevadas taxas de penetração são os que representam maior risco para os operadores da rede de comunicações eletrónicas.

Os países tecnologicamente mais avançados (3G/4G, boas redes, elevada penetração de telemóveis inteligentes, etc.) estão mais propensos a receber serviços OTT. Assim, para além da Holanda e da Coreia do Sul, em que a utilização dos serviços SMS reduziu drasticamente, podem ser considerados mercados de alto risco para os operadores de comunicações eletrónicas os países como o Japão, Espanha, Alemanha, Suíça, Reino Unido, Singapura e Federação Russa. Por outro lado, em países com infraestruturas tecnológicas menos evoluídas, a utilização de serviços SMS está ainda em crescimento (por exemplo, Brasil, República Popular da China e Índia). As estratégias a adotar poderão depender, pois, do risco inerente a um determinado mercado [76]:

- No caso de mercados de alto risco para os operadores da rede de comunicação eletrónica, uma solução poderia passar por adotar uma estratégia tradicional ou uma estratégia agressiva. A estratégia tradicional consistiria em aceitar que os serviços OTT vão passar por um crescimento elevado e trabalhar no sentido de maximizar as receitas. Neste sentido, os operadores da rede de comunicações eletrónicas assegurariam um nível base de serviços SMS usando pacotes de preço fixo (agregando os serviços de SMS a outros serviços, como dados e/ou voz), enquanto medem os dados de acordo com a sua utilização. Alternativamente, numa estratégia mais agressiva, poder-se-ia optar por intervir no sentido de fazer frente aos serviços OTT (estratégia utilizada na Coreia do Sul). Os operadores da rede de comunicações eletrónicas poderiam criar as suas próprias aplicações de comunicação IP, e disponibilizá-las nos aparelhos com acesso a recursos da sua propriedade (por exemplo, contactos do utilizador). Adicionalmente, poderiam ainda considerar contabilizar tipos de dados específicos separadamente (de forma a, por exemplo, aplicar diferentes custos para chamadas VoIP, mensagens IP, navegação) para dissuadir a utilização de serviços OTT, correndo o risco, no entanto, de comprometer a neutralidade da Internet e de perturbar os utilizadores.
- Nos mercados de risco moderado para os operadores da rede, estes poderiam tentar proteger os volumes de SMS, criando pacotes de SMS e dados em escalões, de forma a desincentivar a utilização de dados para a redução de custos, evitando tarifários apenas com dados. Além disso, os operadores da rede de comunicações eletrónicas poderiam considerar parcerias de partilha de receitas com serviços OTT emergentes, ou criar as suas próprias soluções de mensagens IP.
- Em mercados de baixo risco para os operadores da rede, estes poderiam focar-se em maximizar as receitas de serviços de SMS antes de começar a crescer a pressão causada pelos serviços OTT. Os preços deveriam ser cobrados de acordo com a

disposição dos clientes para o fazer, o que tornaria atrativa a hipótese de cobrar por cada mensagem enviada. Os operadores de redes poderiam empenhar-se em melhorar as características dos seus serviços de SMS de forma a atrasar a disposição dos utilizadores finais para aderir aos serviços OTT.

As alternativas OTT para envio de mensagens estão a crescer em popularidade e em utilização. Os operadores de redes de comunicações eletrónicas devem considerar cautelosamente o risco que correm nos seus mercados, e gerir cuidadosamente as suas respostas aos serviços OTT de forma a preservar relevância da sua oferta para os UIs no que diz respeito aos serviços de SMS.

Alteração da política de preços dos operadores [1]

Outra estratégia de atuação/resposta face à emergência dos serviços OTT, já praticada internacionalmente por vários operadores, passa pela alteração da estratégia de preços visando o estabelecimento de preços refletores do volume de dados consumido/utilizado, isto é, quanto maior for o volume de dados consumido por um UI, maior será o custo cobrado pelo serviço.

A estratégia adotada pelos prestadores de serviços OTT produziu um efeito significativo no declínio das receitas dos operadores da rede de comunicações eletrónicas (essencialmente voz e SMS), mas que não foram capturadas pelos serviços OTT, dada a sua política de preços. Contudo, espera-se que a concorrência entre estas entidades continue a aumentar, resultando numa maior penetração no mercado das comunicações eletrónicas. Como tal, os operadores da rede de comunicações eletrónicas não deverão assumir esta “ameaça” como sendo temporária [2].

Adicionalmente, a estratégia poderá passar pela inclusão de mecanismos de financiamento que se estendam para todos os participantes no mercado, inclusive serviços e aplicações OTT, isto é, cobrar também aos serviços OTT pela utilização da infraestrutura.

Alteração do papel no mercado – transporte (Modelo CDN)

Uma outra opção estratégica referida em [2] seria dividir o mercado em zonas de responsabilidade de cada participante: transporte e serviços. Nesta situação, os operadores da rede de comunicações eletrónicas assumiriam o papel de transportadoras dos fluxos de dados, algo que já é praticado na Austrália e Singapura.

Apesar da aparente simplicidade da divisão em zonas de responsabilidade, surgem inconvenientes para o mercado [2]:

- Os operadores perderão contato direto com o UI e, como tal, a importância de aspetos como a lealdade do cliente, com o tempo, reduzir-se-ão a zero.
- Adicionalmente, visto que a provisão de rede de comunicações eletrónicas pode, por natureza, redundar num monopólio natural, a intervenção regulamentar pode ser necessária e justificada se se comprovar a existência de tal monopólio natural não contestável.

A longo prazo, do ponto de vista do papel assumido pelos operadores da rede de comunicações eletrônicas, existe um outro lado da moeda – os serviços OTT terão que fazer ajustes na política de preços de forma a operar com rentabilidade. Nesta situação, um modelo de negócio propício a adotar pelos operadores da rede de comunicações eletrônicas seria assumir o papel de uma rede de fornecimento de conteúdo; porém, presentemente, este modelo já é explorado por companhias terceiras (que não são operadores da rede de comunicações eletrônicas) em vários países.

A importância das CDNs para os serviços OTT é elevada e crescente de acordo com a sua penetração e estabilização no mercado, visto que constitui uma vantagem competitiva. Os serviços OTT estão dispostos a pagar por um serviço capaz de distribuir qualquer conteúdo para milhares de UIs, espalhados por todo o globo, de uma forma muito rápida e segura, pelo que os operadores da rede de comunicações eletrônicas, possuidores de capacidade e infraestruturas de entrega, poderiam encarregar-se deste papel, uma vez que CDNs são extensões naturais no negócio de transporte de dados [2].

O aumento no consumo de multimédia também tem criado problemas aos fornecedores de conteúdo, que já pagam para melhorar a qualidade de serviço através de CDNs; estes não conseguem fazer da banda larga um negócio de TV viável devido a [77]:

- Qualidade imprevisível – os serviços de TV por cabo e satélite existentes colocaram a fasquia muito alta, condicionando os UIs a esperar um fluxo ininterrupto de programação de alta definição. Os fornecedores de conteúdo que utilizam os CDNs para serviços OTT não são, no entanto, capazes de replicar esse tipo de experiência de visualização de alta qualidade *online* de confiança, tornando-se menos apelativos;
- *Blind spots* – tradicionalmente, os conteúdos *online* são entregues até ao limite da rede de um operador de comunicações eletrônicas, mas sem garantia de qualidade do serviço. Isto deixa os proprietários de conteúdo na incerteza dos níveis reais de qualidade de serviço entregues ao UI. Para rentabilizar eficazmente o vídeo na Internet, os fornecedores de conteúdo terão de ser capazes de assegurar a qualidade do conteúdo até que este chegue ao UI;
- Problemas de escalabilidade – a infraestrutura de Internet atual não está preparada para a expansão do vídeo na Internet. Para terem sucesso, os proprietários de conteúdo devem ser capazes de oferecer acesso contínuo, mesmo nos horários de ponta, especialmente no caso da TV em direto;
- Baixas expectativas – o vídeo na Internet tem aumentado em popularidade, por ser possível aceder a ele em múltiplas plataformas, e não pela sua alta qualidade; para se afirmar no mercado de TV por assinatura, os fornecedores de OTT precisarão de aumentar as expectativas da qualidade do vídeo *online*, e depois satisfazê-las.

A possível ameaça dos serviços OTT para os operadores da rede de comunicações eletrônicas pode ser alternativamente vista como uma oportunidade, porque estes têm o conteúdo que os proprietários necessitam: a capacidade de suportar uma melhor qualidade de serviço para *media online*, a uma escala maior. Os operadores da rede de comunicações eletrônicas têm vantagens em fornecer valor tangível [77]:

- *Caching* profundo de rede – a capacidade de armazenar vídeo em cache³⁴ profundo nas suas redes e entregá-lo mais próximo do UI. Os operadores da rede de comunicações eletrónicas podem garantir uma melhor qualidade do conteúdo. Com o armazenamento de vídeo no ponto onde este está a ser distribuído, podem ser evitados pontos de contenção na rede e pode ser reduzida a latência, o que se traduz numa melhor experiência para os UIs. Os grandes objetivos são a rapidez na entrega de conteúdo e a melhor qualidade de experiência de vídeo.
- *Network intelligence* (redes inteligentes) – a capacidade de reencaminhar o tráfego de forma mais eficiente com base em *network intelligence* - recolha de informação sobre o tráfego da rede mais perto do UI.
- Rede privada – meio que permite entregar de forma mais segura o vídeo na Internet, uma vez que o tráfego circula numa rede privada local de uma CDN, evitando completamente a Internet.
- Relações entre mercados “domésticos” – parcerias com proprietários de conteúdo. Algumas ofertas de IPTV já vão sendo incluídas no mundo *online*, replicando as suas ofertas de rede privada IPTV em computadores pessoais, telemóveis inteligentes e outros dispositivos. Os operadores da rede de comunicações eletrónicas estão envolvidos no desenvolvimento de plataformas ligadas à TV e ofertas de TV *stand-alone* com os seus próprios dispositivos de descodificador, pelo que a construção da infraestrutura de banda larga adicional necessária para impulsionar estes serviços será uma evolução natural.
- Procura reprimida – conjunto de proprietários de conteúdo que estão dispostos a pagar por uma melhor qualidade em serviços OTT.

Os proprietários de conteúdo, por sua vez, também estão interessados em apoiar esta abordagem dos operadores da rede de comunicações eletrónicas, porque [77]:

- Podem expandir a sua oferta de conteúdos utilizando a Internet para entregar programação em direto, mais linear e serviços *on demand*; poderão assim ampliar o seu alcance e impulsionar o envolvimento dos UIs. Benefícios importantes incluirão atingir múltiplos ecrãs em casa dos UIs e permitir que sejam vistos conteúdos em modo *catch-up*³⁵ que, de outra forma, poderiam ter sido perdidos.
- Podem também disponibilizar anúncios publicitários garantindo a qualidade da imagem e mantendo a integridade tanto da publicidade, como do conteúdo editorial. Isto é fundamental, uma vez que os patrocinadores não permitem interrupções para carregamento do vídeo nem outras falhas que degradem ou perturbem o envolvimento do UI.
- Podem gerar uma base maior de subscritores, uma vez que podem garantir uma elevada qualidade nos programas e sem interrupções.
- Podem oferecer uma alternativa de serviços audiovisuais de vídeo ao tradicional aluguer de DVD ou TV de vídeo-a-pedido (*video on demand*).

³⁴ Dispositivo de acesso rápido, interno a um sistema, que serve de intermediário entre um operador de um processo e o dispositivo de armazenamento ao qual esse operador acede; a grande vantagem da utilização de uma *cache* consiste em evitar o acesso ao dispositivo de armazenamento – que pode ser demorado, armazenando os dados em meios de acesso mais rápidos.

³⁵ Opção “viajar no tempo”.

Os operadores da rede de comunicações eletrônicas poderiam assim implementar uma infraestrutura de CDN avançada que lhes permitisse entregar vídeo sobre IP confiável e com grande qualidade a qualquer computador, TV ou dispositivo móvel. A BT Wholesale e a Telefonica são exemplos de grandes empresas de telecomunicações que estão a abraçar este modelo de empresa para empresa para consumidor (B2B2C - *business-to-business-to-consumer*).

A chave para este modelo não é apenas a prestação de serviços de CDN sofisticados, mas a criação de uma forte proposta de valor para as empresas emissoras que precisam de gerir a experiência dos seus clientes com os seus serviços OTT. Ao fazer isso, os operadores da rede de comunicações eletrônicas podem transformar a possível ameaça representada pelos serviços OTT numa oportunidade: a criação de um novo modelo comercial que seja sustentável para todas as partes.

Uma componente essencial para fazer funcionar o modelo B2B2C é a capacidade de o CDN fornecer a cada operador de rede de comunicações eletrônicas uma visão do seu desempenho na rede para todos os seus clientes de conteúdo e, adicionalmente, oferecer aos proprietários do conteúdo uma visão da sua atividade em todos os operadores da rede de comunicações eletrônicas.

Há também uma forte proposta de valor para os emissores que precisam de gerir a experiência dos UIs com os seus serviços OTT. Eles beneficiarão de [77]:

- Fornecimento de conteúdo de vídeo – incluindo TV em direto - com um nível de serviço garantido em todo o percurso até ao utilizador;
- Utilização rica de dados, que é possível através da colaboração com os operadores da rede de comunicações eletrônicas;
- Qualidade de experiência (QoE), que está diretamente ligada a oportunidades de capitalização sob a forma de publicidade, subscrições e receitas pagamento-por-visualização (*pay per view*).

Media – Lançamento de serviços inovadores

As alterações no mercado de televisão por subscrição levaram as empresas de radiodifusão tradicionais a expandir a sua oferta de serviços de conteúdo *on-demand*. Além disso, está em ascensão por todo o mundo a possibilidade de visualização de televisão em múltiplos ecrãs, e as empresas de radiodifusão oferecem o seu conteúdo de *media* em *notebooks*, *tabletes* e *telemóveis* inteligentes, além dos ecrãs de televisão. Isto pode colocar entidades (*players*) OTT, como o Netflix ou Amazon prime Instant Video, a concorrer com os serviços por assinatura oferecidos pelos operadores de TV tradicionais (por cabo, TDT, satélite ou IPTV). No entanto, ainda não é claro se esta relação é de complementaridade ou de substituíbilidade: pode depender de região para região e de consumidor para consumidor, uma vez que o conteúdo disponível nas diferentes plataformas e a procura em diferentes regiões pode criar diferentes situações de concorrência. A resposta a esta questão acabará por modelar a relação entre as empresas de radiodifusão tradicionais e as entidades OTT a longo prazo.

As empresas de radiodifusão tradicionais e outros prestadores de serviços de comunicações eletrónicas (por exemplo, na Hungria) perceberam a importância do seu desenvolvimento para responder às novas necessidades dos consumidores e às mudanças nos hábitos de consumo.

Em 2014, na Hungria, a Magyar Telekom lançou o serviço *TV Go* para os UIs com subscrições de TV. A *TV Go* não pode ser considerada um serviço OTT clássico, porque a transmissão é fornecida pela Magyar Telekom, através do seu próprio serviço de rede móvel ou fixa. A única exceção consiste na visualização *online* de filmes, que está disponível também para os subscritores de outros prestadores de serviços (embora o acesso aos canais audiovisuais de TV esteja disponível apenas para os clientes que subscrevem os serviços de Internet da Magyar Telekom). O foco deste serviço é a mobilidade: pacotes que só estavam disponíveis para TV podem agora também ser acedidos através de computadores portáteis, telemóveis *inteligentes* e tablets. Também a Telenor lançou o serviço *MyTv*, que se assemelha ao *TV Go*, na medida em que se foca na mobilidade e no consumo de conteúdo em vários ecrãs. A Telenor oferece serviços lineares e serviços *media on-demand*, assim como uma variedade de serviços associados.

No mesmo ano, a UPC (ainda na Hungria) também lançou o serviço *TV apps*, baseado numa abordagem diferente dos serviços oferecidos pela Magyar Telekom e pela Telenor. A UPC, em vez de se centrar na mobilidade, centrou-se na melhoria da experiência de consumo de conteúdos na TV, fornecendo acesso a serviços populares da Internet (por exemplo, o Youtube) para os seus clientes que utilizam descodificadores digitais HD.

Também a Antenna Hungária lançou uma solução inovadora através da plataforma digital terrestre: o serviço HbbTV (Serviço Híbrido de transmissão de TV e Banda Larga), que oferece funções EPG, notícias, previsões meteorológicas, conteúdo *on-demand* e os canais adicionais de MTV A e Fix TV em formato *stream*; além disso, um grande número de estações de rádio está disponível no formato de *stream*.

Esta solução promissora combina transmissão de televisão e comunicação interativa de banda larga – devido a essa convergência de serviços. Os televisores que suportam a receção de sinais de banda larga podem ser também utilizados para determinados serviços de comunicação interativos através da banda larga, em acumulação com os canais de TV disponibilizados pela emissora. O conteúdo disponibilizado no ecrã de TV pode ir desde informação adicional acerca do canal do transmissor a qualquer informação não relacionada com a transmissão, de aluguer ou do conteúdo da programação. O conceito de HbbTV não limita a comunicação interativa à ligação à Internet e, em alguns casos, pode até oferecer soluções. Algumas soluções foram desenvolvidas para combinar duas redes no ecrã de TV, como o YouView, no Reino Unido, o MHEG-5 e MHP.

Por seu lado, os pequenos radiodifusores não têm capacidade para lançar os seus próprios serviços inovadores, e estão mais propensos a juntar-se a prestadores de serviços OTT já no mercado, ou a comprar soluções tecnológicas prontas a ser utilizadas e melhorar os seus serviços. Há um modelo de negócio típico no mercado de pequenas e médias empresas de radiodifusão, em que a emissora e o prestador de serviços OTT não são concorrentes, mas parceiros: o prestador de serviços OTT não vende conteúdo diretamente ao consumidor, mas apenas à emissora, que comercializa o conteúdo OTT junto dos subscritores da sua própria rede e como parte do seu próprio serviço de conteúdo. Esta cooperação pode revelar-se benéfica para ambas as partes. Normalmente, pequenas e médias empresas de radiodifusão

não oferecem a mesma qualidade de conteúdo que os seus concorrentes principais no mercado. Até podem não ser capazes de oferecer serviços *media on-demand* porque os respetivos criadores de conteúdo não querem formar estas parcerias, devido ao seu menor alcance em termos de subscritores. Além disso, há um aumento da pressão da concorrência com o lançamento dos serviços OTT por parte das grandes emissoras. Portanto, é prático que estes intervenientes no mercado contratem um fornecedor de serviços de vídeo OTT para revender os seus serviços e ser capaz de oferecer conteúdo em quantidade e qualidade adequadas para os seus subscritores. Estas parcerias também são vantajosas para os fornecedores de serviços OTT que, assim, não têm que fazer grandes investimentos nas campanhas de *marketing*, aquisição de mercado e redes grossistas [68].

Parcerias entre operadores e OTT [78]

De forma a recuperar algumas das receitas, os operadores da rede de comunicações eletrónicas estão ou poderão vir a formar parcerias com prestadores de serviços OTT, existindo já muitos exemplos de tais parcerias em todo o mundo. Uma empresa que se tem empenhado na formação de parceria com os operadores da rede de comunicações eletrónicas é o Spotify: muitas companhias de telecomunicações na Europa estão a permitir que os seus utilizadores adicionem o Spotify à sua subscrição (por exemplo, a Deutsche Telekom oferece versões *online* e *offline* do Spotify, ou a Vodafone Portugal que disponibiliza o Spotify *Premium* (alta qualidade) aos assinantes do tarifário Yorn X). Este tipo de parceria é um caminho fácil para que os operadores capitalizem com o mercado dos OTT. Outras empresas na Europa, como a Telia, Virgin Media, KPN, Orange, Telefónica e Yoigo têm também parcerias com o Spotify. Também o Netflix formou parcerias com operadores para expandir melhor as suas estratégias de negócio. Se este tipo de parceria é relativamente comum no sector dos *media*, no mercado dos serviços de SMS e voz, o operador da rede toma por vezes a iniciativa de praticar tarifação-zero para um conjunto de serviços OTT, o que produz os mesmos efeitos que uma parceria para o UI, sem que haja um acordo com o fornecedor de serviços OTT. Em Portugal, por exemplo, os tarifários MOCHE e WTF, da MEO e da NOS, respetivamente, praticam tarifação-zero para um vasto conjunto de serviços OTT (WhatsApp, BBM, Viber, Skype, iMessage, Facebook Messenger,...).

As parcerias podem ser usadas como práticas promocionais, tanto para os operadores da rede de comunicações eletrónicas como para os serviços OTT, embora a discriminação dos preços e a tarifação-zero sejam muito discutidas no contexto da neutralidade da Internet. A parceria dos serviços OTT com os operadores da rede de comunicações eletrónicas atrai os UIs destes serviços para a rede de telecomunicações e incentiva novos UIs a juntarem-se-lhes.

Os operadores da rede de comunicações eletrónicas estão a formar cada vez mais parcerias com os serviços OTT, de forma a compensar o declínio das receitas de serviços de voz e SMS, o que afeta os operadores na maioria dos mercados. As principais razões para a criação de parcerias e as respetivas estratégias a adotar são descritas de seguida [78]:

1. Aumentar receitas do tráfego de dados

- **Oferecer descontos nos serviços de Internet** - Para aumentar a utilização de dados por parte dos utilizadores é-lhes oferecido acesso com

desconto para serviços *premium*: os operadores prestam serviços OTT, como serviços audiovisuais de música e serviços de vídeo a pedido - VoD, com desconto ou gratuitamente por um período de tempo limitado.

Vantagens	Desvantagens
Estratégia relativamente simples e que envolve um pequeno número de parceiros.	Acordos com marcas principais (ex. Spotify, Deezer) são muitas vezes exclusivos e podem ser difíceis de iniciar.
Os serviços são tipicamente neutros em termos de custos para os operadores. Os serviços são revendidos ao cliente praticamente ao preço grossista.	Não há maneira de gerar lucros incrementais através da oferta.
Para os clientes pré-pagos, pode ser uma forma transparente de aumentar a utilização dos dados. Para os subscritores pós-pagos, pode ser um incentivo para aderirem a pacotes com maior volume de tráfego de dados.	Para os clientes pós-pagos, os serviços de banda larga podem levar ao choque com a faturação se os utilizadores excederem o seu limite de dados. Os subscritores pré-pagos rapidamente podem gastar o seu crédito de dados.
Tem como alvo serviços que destacam os benefícios das novas redes.	Não há nenhuma evidência sólida que prove que esta abordagem atinge o objetivo de aumentar as receitas.

Quadro 3.4.1 – Vantagens e desvantagens de oferecer serviços com desconto. Fonte: [78]

É expectável que aumente o número de operadores da rede de comunicações eletrónicas que adotam o modelo de serviço de banda larga com desconto, de forma a conseguirem recuperar os seus investimentos na tecnologia 4G.

- **Serviços de tarifação-zero para estimular a utilização dos dados** – Técnica utilizada pelos operadores que consiste em oferecer aos seus subscritores acesso “gratuito” a determinados serviços OTT, sem descontar no pacote de dados. Pode consistir na introdução de serviços de dados sem custo para os utilizadores - por exemplo, os casos referidos anteriormente dos tarifários MOCHE e WTF para os serviços WhatsApp, BBM, Viber, Skype, iMessage, Facebook Messenger, entre outros. Neste modelo, o custo dos dados é coberto pelo operador móvel.

Vantagens	Desvantagens
Uma opção que é simples de oferecer; os operadores apenas precisam de adicionar URLs de um determinado <i>site</i> a uma lista de permissões.	A seleção do tráfego de dados a tarifação-zero é confusa para os subscritores e pode resultar em equívocos e insatisfação. Por exemplo, se uma página for gratuita (por exemplo, o Facebook) e outra não (por exemplo, o Twitter), pode-se perder essa distinção por parte dos clientes.
Os serviços podem ser oferecidos mesmo sem o acordo explícito da terceira parte – não é necessário nenhum acordo formal de parceria.	Pode fornecer aos utilizadores livre acesso a serviços pelos quais eles estariam dispostos a pagar.
	Em algum momento, os operadores podem querer cobrar por acesso a serviços <i>premium</i> que anteriormente eram gratuitos, o que pode, no futuro, criar insatisfação.
	Não é claro que este modelo convierta os subscritores a pagar pelos dados. Pode acontecer que os dados gratuitos deem aos utilizadores a informação suficiente para reduzir a sua procura de mais dados pagos.

Quadro 3.4.2 – Vantagens e desvantagens de oferecer serviços gratuitos. Fonte: [78]

Embora se trate de um modelo atraente a curto e médio prazo, pode perder o interesse a longo prazo. É possível que os subscritores exijam o acesso a serviços móveis de dados e estejam dispostos a pagar por esse acesso, mas isso também pode não acontecer. Alguns operadores da rede de comunicações eletrónicas nos mercados emergentes já começaram a migrar deste modelo de serviços gratuitos, transformando os não-utilizadores de dados em utilizadores de dados, e utilizadores de telefones simples, com capacidades reduzidas, em utilizadores de telemóveis inteligentes.

- **Adotar um modelo de patrocínio de dados** – Técnica que implica que os custos de dados estejam abrangidos por um patrocinador (por exemplo, a Coca-Cola poderia cobrir o custo de um subscritor que aceda ao Facebook). Este modelo é praticado pela AT&T, nos Estados Unidos da América. O modelo de dados patrocinado poderia ser aplicado a qualquer tipo de serviço, assumindo que o promotor estava disposto a cobrir os custos dos dados. O patrocinador poderia até ser o fornecedor de serviços *premium* (por exemplo, um canal de TV), incluindo os custos dos dados e dos serviços *premium* na sua mensalidade. Em contrapartida, o patrocinador ganha um meio adicional de publicitar produtos ou serviços da sua marca.

Vantagens	Desvantagens
Abre-se caminho a novos tipos de serviços e modelos de negócios. Por exemplo, uma subscrição ao New York Times poderia incluir acesso ao jornal e a todos os dados necessários.	Potencial confusão para o UI entre os dados que são pagos e os que são gratuitos. Por exemplo, se clicar num anúncio e for direcionado para longe do <i>site</i> inicial, quem cobre os custos?
Para os operadores, abre-se uma nova e potencial fonte de receitas. Com uma plataforma simples de utilizar, qualquer organização pode patrocinar dados e reduzir custos para o UI (análogo à forma como os patrocinadores pagam por um espaço num jornal, reduzindo o preço de capa).	É provável que o patrocínio de dados só se aplique aos serviços de baixa largura de banda, e não a serviços mais pesados, como música e vídeo, uma vez que os custos de dados podem ser proibitivos para os clientes.
O modelo de dados patrocinados vai muito além de propagandas – muitos outros patrocinadores poderiam pagar por dados que podem ter interesse para os clientes e operadores; por exemplo, uma empresa que paga por dados para entregar aplicações de negócios aos dispositivos dos seus funcionários.	Os custos de integração podem ser elevados.
	Não está provado o caso de negócio para este serviço – o nível de procura dos patrocinadores não é claro.
	Os planos podem não funcionar em mercados de pós-pagos desenvolvidos, nos quais muitos clientes já têm planos de dados. Se for bem-sucedido, poderá até desencorajar os subscritores a aderir a grandes tarifários de dados.
	Dados patrocinados podem fornecer aos clientes acesso a serviços gratuitos, mas eles poderiam estar dispostos a pagar pelo acesso a esses dados.

Quadro 3.4.3 – Vantagens e desvantagens de oferecer dados patrocinados. Fonte: [78]

É possível que os operadores da rede de comunicações eletrónicas continuem cautelosos em partir para um modelo como este, uma vez que os custos de instalação podem ser elevados e é necessário tempo e recursos para configurar o modelo, a procura por parte de eventuais patrocinadores é incerta e a procura dos UIs também. Os operadores da rede de comunicações eletrónicas terão de arriscar ou esperar para ver se esta abordagem adotada por outros operadores, como a AT&T, tem sucesso.

Uma outra forma de rentabilização dos dados consiste em que os operadores da rede de comunicações eletrónicas deem aos serviços OTT a opção de pagar por uma maior qualidade de experiência. Isto acontece no acordo entre a Comcast e o Netflix (ver secção 4.3), e na promessa da Telecom Italia de reduzir em 40% a latência para os clientes que pagam uma tarifa mensal para jogos da Sony.

Garantir o fornecimento de informação de alto valor em baixa largura de banda pode ser atraente para determinados serviços; por exemplo, qualquer problema na rede que afete a latência e retarde a capacidade de um cliente concluir uma transação na Amazon pode resultar em vendas perdidas. Os operadores da rede de comunicações eletrônicas poderiam construir um modelo de negócio em torno da sua capacidade de entregar dados de alto valor em baixa largura de banda. No entanto, como não está claro que possam realmente ser oferecidos serviços melhorados, e uma vez que existem preocupações em torno da neutralidade da Internet, não são esperadas parcerias baseadas em qualidade do serviço a curto ou médio prazo.

2. Reduzir as desativações e atrair clientes

- **Oferecer pacotes com serviços *premium*** – a técnica chave utilizada por operadores da rede de comunicações eletrônicas para reduzir as desistências através de parcerias foi agrupar conteúdos OTT em pacotes de subscrição. Pacotes de serviços *premium* podem ser oferecidos tanto em serviços pós-pagos como em pré-pagos, embora sejam aplicados nos mercados de pós-pagos mais desenvolvidos.

Vantagens	Desvantagens
Os operadores não precisam necessariamente de desenvolver acordos exclusivos com fornecedores de serviços OTT para entregar um serviço convincente, pois podem desenvolver um conjunto de parcerias não exclusivas.	Um conjunto de parcerias pode ser necessário para apelar a um conjunto de clientes mais alargado.
Um pacote de serviços <i>premium</i> é simples de explicar e benéfico para os clientes.	Mesmo com um grande leque de parcerias, um operador não consegue oferecer serviços que agradem a todos os clientes.
Serviços <i>Premium</i> são uma forma de os operadores competirem em outros serviços, para além dos serviços de voz, texto e dados.	Os operadores têm de considerar cuidadosamente a forma de tratar os custos de dados. Por exemplo, a adição de um serviço de música como parte de um pacote de tarifas pode atrair os utilizadores apenas se estes não incorrerem em custos de dados.
	O impacto da oferta pode ser muito difícil de medir. Pode ser que os clientes mais leais sejam aqueles que aderem a pacotes serviços <i>premium</i> , em vez de serem os pacotes de serviços <i>premium</i> a ter o efeito de tornar os clientes mais leais.
	Uma organização terá que considerar como gerir o apoio ao cliente para os serviços de terceiros sobre os quais têm controlo limitado

Quadro 3.4.4 – Vantagens e desvantagens de oferecer pacotes de serviços *premium*. Fonte: [78]

- **Tarifação-zero por serviços *premium*** – Outra técnica que poderá ser utilizada pelos operadores é cobrar taxa zero, e sem descontar no limite de dados, pelos serviços *premium* que utilizem elevada largura de banda aos clientes que os adquiram ao operador de redes de comunicações eletrónicas ou ao fornecedor de serviços OTT. Esta abordagem tem sido adotada, por exemplo, pela T-Mobile USA, que cobra preço zero aos utilizadores por serviços audiovisuais de música que são cobrados diretamente aos serviços OTT, e a T-Mobile Germany, que cobra preço zero ao serviço audiovisual de música que fornece em conjunto com o Spotify.

Vantagens	Desvantagens
Estratégia relativamente simples se o operador puder controlar diferentes tipos de tráfego e tarifação-zero.	A seleção de tráfego a tarifação-zero também é confusa para os assinantes e pode resultar em equívocos e insatisfação. Por exemplo, se um serviço audiovisual de música for tarifação-zero, os anúncios podem não o ser.
Podem ser oferecidos serviços mesmo sem o acordo explícito da terceira parte – não é necessário nenhum acordo formal de parceria se o operador não revender o serviço OTT.	Os operadores podem experimentar um enorme aumento do tráfego de dados. O custo de dados de tarifação-zero precisa de ser compensado pela redução de custos para reduzir as desativações/atrainir clientes.
	Os operadores querem estimular e criar receitas com a utilização de dados, não dá-los gratuitamente.

Quadro 3.4.5 – Vantagens e desvantagens de tarifação-zero por serviços *premium*. Fonte: [78]

3. Aumentar a receita dos serviços *premium*

- **Vender receitas de terceiros** – Neste modelo, os operadores da rede de comunicações eletrónicas assumem o papel de um revendedor de um serviço de terceiros (por exemplo, jogos), ficando com uma parte da receita. A natureza dos acordos de parceria depende dos serviços oferecidos. Os operadores da rede de comunicações eletrónicas poderiam disponibilizar facturamento diretamente (por exemplo, o Google Play), e assim oferecer centenas de serviços através de uma parceria. Em alternativa, os operadores da rede de comunicações eletrónicas poderiam realizar parcerias individuais: por exemplo, a Telekom Austria oferece bilhetes de estacionamento em muitos municípios. Também existem oportunidades para os operadores da rede de comunicações eletrónicas venderem aplicações e serviços de empresas: por exemplo, a Sprint (EUA), oferece Google Apps a empresas como parte de um pacote de serviços, fornecendo ferramentas de colaboração e apoio.

Vantagens	Desvantagens
Operadores em mercados em desenvolvimento já estão frequentemente a prestar serviços financeiros como alternativa às contas bancárias. Estas plataformas podem ser utilizadas para vender serviços adicionais. O controlo da principal opção de facturamento também significa que os operadores podem negociar elevadas quotas de receita.	Em mercados mais desenvolvidos, os operadores têm forte concorrência de outras plataformas de pagamento. Os operadores não precisam de aceitar baixas percentagens de receitas (por exemplo, <10%) .
A venda de serviços adicionais, nomeadamente os bens digitais (por exemplo, música, livros) é um serviço adicional extra que o operador pode oferecer em alguns mercados.	Sempre que um operador só possa gerar uma baixa quota de receita (<10%), os benefícios financeiros podem ser baixos (pelo menos em relação ao valor de voz, dados e serviços de mensagens).
Os operadores podem estar bem posicionados para vender o acesso a bens e serviços móveis que os clientes precisam (por exemplo, bilhetes de comboio ou pagamentos de estacionamento).	As ofertas mais simples, em que um operador só revende serviços de terceiros, constituem um operador com poucas possibilidades de se diferenciar da concorrência.
Embora o impacto da receita possa seja baixo, a revenda de serviços deve gerar margens fortes.	Operadores não estão normalmente bem posicionados para vender bens não-digitais.
	Uma pobre experiência do cliente pode refletir-se erradamente no operador, mesmo que o seu papel fosse somente o de agente de transacção.
	As receitas adicionais a serem obtidas com a revenda de outros serviços será baixa no que diz respeito aos serviços fundamentais. Como tal, pode receber pouca atenção ou apoio da gestão.

Quadro 3.4.6 – Vantagens e desvantagens de vender receitas de terceiros. Fonte: [78]

Perspetiva do utilizador final

O estudo da WIK-Consult, já referido na secção 2.1.3.1, fornece as avaliações dos UIs a ofertas com acesso normal a aplicações de Internet e a ofertas limitadas. A resposta dos operadores da rede de comunicações eletrónicas é, em teoria, orientada pelas diferentes avaliações das possíveis ofertas e pelo custo dessas mesmas ofertas. Os fornecedores tentarão tendencialmente oferecer produtos que tenham a maior avaliação do UI e o menor custo. De notar que as avaliações medidas nesse estudo apenas dizem respeito ao mercado de comunicações eletrónicas de serviços de acesso à Internet fixa.

Verificou-se que existe um consenso de que o custo incremental do tráfego da Internet fixa é baixo e, portanto, o custo incremental de uma oferta ilimitada face a uma oferta de menor velocidade ou com limites de tráfego é pequeno. Isto difere do mercado móvel, onde o custo incremental do tráfego é bastante mais substancial.

No que diz respeito à perda de receitas devido à utilização de serviços substitutos dos tradicionais serviços, é de notar que os operadores da rede de comunicações eletrónicas podem, em abstrato e sem prejuízo de eventual contravenção ao quadro legal vigente, tomar diversas atitudes para incentivar o pagamento do fornecedor desse conteúdo, incluindo ameaçar o bloqueio de algum conteúdo, oferecer soluções para priorizar o conteúdo, ou combinar limites de tráfego com tarifação-zero de conteúdo específico, o que pode comprometer a neutralidade da Internet. Apesar de tudo, um melhor tratamento (seja priorizar ou tarifação-zero) proporciona um certo valor ao fornecedor desse conteúdo. Isto podiam ser receitas adicionais, que poderiam ser utilizadas para baixar o preço dos pacotes de Internet e compensar os utilizadores pelo baixo valor de Internet mais lenta ou limitada, ou podia ser utilizado para aumentar os lucros. É difícil prever a dimensão destas receitas.

Portanto, os operadores da rede de comunicações eletrónicas parecem ter um incentivo da parte dos UIs para oferecerem serviços de Internet fixa neutros e sem limites dados, dado que esta é a oferta mais valorizada, e cujos custos associados aparentam ser suportáveis na maioria das situações. Os resultados do estudo indicam que se os operadores da rede de comunicações eletrónicas introduzirem, por exemplo, um limite de 10GB de tráfego, ou diminuïrem a velocidade de aplicações e vídeo, terão que diminuir significativamente o preço para oferecer um produto igualmente competitivo. No entanto, a perda de receita dos serviços tradicionais devido ao aparecimento de serviços OTT que podem ser seus substitutos é uma questão mais complexa.

Como alguns serviços precisam de uma qualidade específica de serviço para funcionar, os operadores da rede de comunicações eletrónicas podem querer implementar otimizações técnicas da rede para garantir que esses serviços têm a qualidade de serviço desejada. Este tipo de intervenção pode ser compreensível, desde que se concorde com a necessidade de se proteger esse tipo de serviços e enquanto os operadores da rede de comunicações eletrónicas o fizerem de forma indiscriminada, e não reduzirem a qualidade de serviço dos restantes serviços.

No que respeita ao aumento do tráfego, esta poderá ser uma razão legítima para cobrar aos UIs pelo acesso mais rápido, dado que requer um investimento maior por parte dos operadores da rede de comunicações eletrónicas. Note-se no entanto que, ao mesmo tempo, o progresso tecnológico e as forças competitivas levaram a um declínio dos preços de tráfego, bem como dos preços para serviços CDN, reduzindo significativamente o custo incremental da disponibilização de mais largura de banda [46].

Um outro estudo de mercado, realizado a 5504 utilizadores de telemóveis inteligentes nos Estados Unidos da América, Reino Unido, Brasil e Japão, aponta algumas oportunidades para os operadores da rede de comunicações eletrónicas, de acordo com o interesse, as expectativas e a disposição dos utilizadores a pagar por vários serviços futuros e a curto-prazo [79]:

- VoLTE (*Voice over Long Term Evolution*) – os resultados do estudo mostram que este serviço de comunicação via rede de comunicações IP pode alterar positivamente o comportamento dos UIs no que respeita às chamadas de voz, sendo que 72% dos entrevistados se mostraram interessados em utilizar um serviço de voz de alta definição caso este estivesse disponível. A plataforma VoLTE também permite aos operadores oferecer os seus próprios serviços móveis de chamadas de vídeo.

- Serviços de chamadas Wi-Fi – parecem ser uma boa oferta para atrair e reter clientes. Por um lado, estes serviços permitem aos operadores da rede de comunicações eletrónicas aliviar a carga da rede móvel e compensar eventuais falhas de cobertura de rede. Por outro, os resultados do estudo indicam que para os UIs, acresce a estas vantagens o facto de poderem poupar minutos de voz.
- Desenvolver as suas próprias aplicações de chamadas e mensagens – a propriedade mais importante que uma aplicação de mensagens pode ter para um utilizador é ser utilizada pelo maior número possível dos seus conhecidos; por outro lado este estudo revela que os maiores impedimentos para a adesão a uma aplicação de mensagens são o pagamento de uma taxa e a entrega demorada de mensagens, pelo que, à partida, pode ser uma boa opção para os operadores da rede de comunicações eletrónicas fornecerem os seus próprios serviços, desde que seja minimizado o impacto nos planos de dados.
- Novos serviços *premium* – 70% dos respondentes deste estudo afirmam que utilizariam estes serviços, e expressam uma elevada disponibilidade para pagar por eles.
- Utilização de outras informações de contacto (nome, nome de utilizador ou *e-mail* (correio electrónico)) em vez do número de telefone – os respondentes do estudo podem, em alguns casos, estar mais interessados em que sejam utilizadas apenas estas informações de contacto, de forma a proteger a sua privacidade e minimizar chamadas indesejadas. Existe ainda um interesse acrescido na utilização de identidades anónimas descartáveis, de apenas uma utilização.
- Chamadas de vídeo no trabalho – dependendo do tipo de empresa e da razão para efetuar comunicações, os UIs frequentemente necessitam de telefonar, trocar *e-mails* ou utilizar uma aplicação ou sítio na Internet (*website*). A utilização de chamadas de vídeo é algo pouco frequente, e mais de 60% dos respondentes deste estudo estão abertos a utilizar as chamadas de vídeo na interação com empresas.
- Desencadeamento de chamadas de voz e vídeo ou de mensagens aos utilizadores de telemóveis inteligentes quando uma determinada situação o justificar – a *Internet dos Objetos* permitirá a interação e partilha de dados entre um número sem precedentes de objetos e dispositivos. Estas interações vão gerar aplicações e criar oportunidades de negócio para as empresas. Virtualmente, qualquer coisa (carros, casas, medidores inteligentes de energia, coleiras de cão, etc.) poderá ficar sujeita a desencadear chamadas de voz ou vídeo ou a enviar mensagens a utilizadores de telemóveis inteligentes.

4. QUADRO REGULAMENTAR DO MERCADO DOS SERVIÇOS OTT

Em [64] é apontada a importância da necessidade de se promover um campo de jogo nivelado: o debate deve incluir todos os agentes na cadeia de valor, e não apenas os operadores. Como já tem sido referido, os fornecedores de conteúdos OTT apostam em ofertas de serviços com impacto na capacidade, beneficiando dos aumentos de capacidade sem partilharem custos de investimento. O campo de jogo nivelado é, pois, um tema central na discussão sobre o tratamento regulamentar dos serviços OTT [11]. A ideia da igualdade de condições é que os serviços que tenham a mesma funcionalidade e que concorram uns com os outros devem estar sujeitos a um mesmo tratamento regulatório. Afinal, um tratamento regulamentar diferente pode resultar numa distorção da concorrência, porque determinados serviços acarretam custos regulamentares, enquanto outros não.

No que respeita à neutralidade da Internet, é geralmente aceite que ferramentas de gestão de tráfego são indispensáveis para um funcionamento correto da rede e para proporcionar um melhor serviço aos clientes. Porém, a gestão de tráfego também pode ser limitadora da concorrência (por exemplo, um operador de telecomunicações pode bloquear ou limitar os serviços/aplicações que concorrem com as suas ofertas).

Segundo [80], os dois principais debates sobre esta temática são:

- A possibilidade dos operadores da rede de comunicações eletrónicas oferecerem serviços diferenciados aos fornecedores de serviços OTT, isto é, criarem as denominadas vias rápidas (*fast lanes*) com maior qualidade de serviço para os fornecedores que estejam dispostos a pagar para ter este benefício. Por um lado, os apoiantes dessa diferenciação defendem que existem aplicações em que o tempo de latência é mais crítico do que outras e a diferenciação da qualidade do serviço facilitaria o desenvolvimento e afirmação das mesmas, por outro lado, os críticos da diferenciação advertem que a mesma afetaria sobretudo as empresas mais pequenas e com menores recursos financeiros, impedindo-as de se afirmarem neste mercado;
- A existência de tarifação-zero, isto é, parcerias estabelecidas entre os operadores da rede de comunicações eletrónicas e os fornecedores de serviços OTT, onde o tráfego gerado por estes serviços não é contado como tráfego gasto pelos utilizadores.

4.1. NA UNIÃO EUROPEIA

Nos anos 90 do século XX foi estabelecido um quadro regulamentar comunitário pelas Diretivas de Oferta de Rede Aberta (ORA), na sequência da resolução do Conselho de 22 de Dezembro de 1994 relativa aos princípios e ao calendário de liberalização das infraestruturas de telecomunicações (94/C 379/03).

A União Europeia adotou desde 2002 um quadro regulamentar comum para as redes e serviços de comunicações eletrónicas. Nesse quadro regulamentar, uma das peças chaves era a diretiva-quadro³⁶ que procura [81]:

- Reforçar a concorrência no setor das comunicações eletrónicas.
- Estimular o investimento.
- Fomentar a liberdade de escolha dos consumidores e permitir-lhes beneficiar de serviços inovadores, com qualidade e com preços mais baixos.

Em particular, são definidas as funções das ARN, assim como os princípios subjacentes às suas operações. Este quadro-regulamentar das telecomunicações foi adotado em 2002 e alterado em 2009 para ter em conta a rápida evolução do setor, e inclui quatro diretivas que regulam aspetos específicos das comunicações eletrónicas, assim como dois regulamentos³⁷.

A diretiva estabelece um quadro harmonizado para a regulamentação das redes de comunicações eletrónicas, abrangendo os serviços de comunicações eletrónicas que permitem ou suportam a prestação de serviços através dessas redes. Por outro lado, os conteúdos dos serviços prestados através das redes de comunicações eletrónicas, como os conteúdos de radiodifusão, estão excluídos do âmbito de aplicação desta diretiva. O mesmo se aplica aos equipamentos terminais de telecomunicações, com exceção dos aspetos que permitem o acesso facilitado dos utilizadores com deficiências.

Os princípios subjacentes à atividade das ARN são:

- **Independência** – as ARN devem ser juridicamente distintas e independentes de todas as organizações que asseguram a oferta de redes, equipamentos ou serviços de comunicações eletrónicas.
- **Direito de recurso** – mecanismos eficazes, a nível nacional, devem permitir que qualquer utilizador/empresa que ofereça redes ou serviços de comunicações eletrónicas que tenha sido prejudicado/a por uma decisão de uma ARN tenha o direito de interpor recurso junto de um organismo independente.
- **Imparcialidade e transparência** – as ARN devem exercer o seu poder de forma imparcial e transparente e devem dispor de mecanismos de consulta das partes interessadas sempre que ponderem a tomada de medidas que possam ter um impacto significativo no mercado.

Segundo o artigo 5º da lei n.º 5/2004 [82], as principais funções das ARN são as seguintes:

- Promover a concorrência na oferta de redes e serviços de comunicações eletrónicas. Asseguram, além disso, que os utilizadores obtêm o máximo benefício dessa concorrência em termos de escolha, preço e qualidade.
- Contribuir para o desenvolvimento do mercado interno das comunicações eletrónicas, em cooperação com a Comissão Europeia e o ORECE.

³⁶ Diretiva 2002/21/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de Março de 2002 .

³⁷ Diretiva 2002/20/CE ou Diretiva Autorização, Diretiva 2002/19/CE ou Diretiva Acesso, Diretiva 2002/22/CE ou Diretiva Serviço Universal, Diretiva 2002/58/CE ou Diretiva Relativa à Privacidade e às Comunicações Eletrónicas, Regulamento (CE) n. 1211/2009 que cria o Organismo de Reguladores Europeus das Comunicações Eletrónicas (ORECE), e Regulamento (UE) n. 531/2012 relativo à itinerância nas redes de comunicações móveis públicas da União.

- Defender os interesses dos cidadãos da UE:
 - i. assegurando que todos os cidadãos tenham acesso a um serviço universal;
 - ii. assegurando um elevado nível de proteção dos consumidores nas suas relações com os fornecedores, através de procedimentos de resolução de litígios simples e pouco dispendiosos;
 - iii. contribuindo para garantir um elevado nível de proteção dos dados pessoais e da privacidade;
 - iv. incentivando a prestação de informações claras, especialmente exigindo transparência nas tarifas e nas condições de utilização dos serviços de comunicações eletrónicas acessíveis ao público;
 - v. respondendo às necessidades de grupos sociais específicos, nomeadamente os utilizadores deficientes;
 - vi. assegurando que seja mantida a segurança das redes de comunicações.

A diretiva-quadro de 2002 abrange ainda outros aspetos relativos à substância do quadro regulamentar, bem como os procedimentos necessários à sua aplicação. Pertencem à primeira categoria as seguintes disposições:

- A consignação de radiofrequências e os recursos de numeração.
- O planeamento estratégico, a coordenação e a harmonização do espetro de radiofrequências na União Europeia.
- Os direitos de passagem para a implantação de redes e recursos conexos.
- A partilha de elementos de rede e recursos conexos.
- A segurança e a integridade das redes e dos serviços.
- A normalização destinada a encorajar a oferta harmonizada de redes e serviços de comunicações eletrónicas e recursos e serviços conexos.
- A interoperabilidade dos serviços de televisão digital.

A segunda categoria, por outro lado, abrange:

- O controlo de empresas dominantes no mercado e os procedimentos para uma aplicação coerente de soluções.
- Procedimentos para identificar e analisar mercados relevantes, que tenham em conta as recomendações e as orientações da Comissão neste domínio.
- As recomendações da Comissão aos Estados-Membros relativamente à harmonização da aplicação das disposições desta diretiva e das diretivas específicas.
- A resolução de litígios entre empresas que oferecem redes ou serviços de comunicações eletrónicas, incluindo o Regulamento relativo aos litígios transfronteiriços.

Por último, os Estados-Membros devem estabelecer as regras relativas às sanções aplicáveis por infrações das disposições desta diretiva.

Note-se que o objetivo consiste em reduzir progressivamente a regulamentação *ex ante* específica do sector para acompanhar a evolução da concorrência nos mercados e, em última análise, para que as comunicações eletrónicas sejam regidas exclusivamente pela lei da concorrência. Considerando que, nos últimos anos, os mercados das comunicações eletrónicas revelaram uma forte dinâmica competitiva, é essencial que só sejam impostas

obrigações regulamentares *ex ante* nos casos em que não exista uma concorrência efetiva e sustentável [83].

Por outro lado, os operadores europeus de redes de comunicações eletrónicas, devido à preocupação com o crescimento dos serviços OTT, têm solicitado alterações ao quadro regulamentar corrente. Nesse sentido, a associação de operadores incumbentes históricos, ETNO (*European Telecommunications Network Operators*), apresentou as seguintes propostas que permitiriam aos operadores da rede de comunicações eletrónicas negociar preços com os prestadores de serviços OTT [84]:

1. Os prestadores de serviços OTT devem ser obrigados a pagar um “valor justo pelo tráfego que carregam na rede”.
2. Devem ser permitidos novos modelos de interligação, permitindo melhorar a qualidade de serviço *end-to-end* para partes que enviam dados e que estejam dispostas a pagar um determinado valor (neste caso, os serviços OTT).
3. Os governos devem permitir a negociação de acordos de interligação e transporte entre os operadores da rede de comunicações eletrónicas e os prestadores de serviços OTT sem interferir em termos de regulação.

Estas propostas foram contestadas por outras partes interessadas como, por exemplo, o BEREC que, em relação ao primeiro ponto, argumentou que obrigar quem envia dados a pagar pela ligação *end-to-end* ia completamente contra a abordagem de encaminhamento eficiente descentralizado para a transmissão de dados na Internet, tendo considerado a proposta irrealista, tanto do ponto de vista comercial, como do ponto de vista técnico [84]. Além disso, o pagamento por parte dos prestadores de serviços OTT pelo tráfego gerado seria contrário às iniciativas de regulação em muitos países europeus no que diz respeito à promoção da neutralidade da Internet.

Assim, na ausência de um quadro regulamentar unificado para os serviços OTT (no qual se inclui o VoIP), os operadores da rede de comunicações eletrónicas têm procurado implementar mecanismos de gestão de tráfego que lhes tragam vantagens, provocando por vezes um escrutínio negativo por parte das autoridades reguladoras [84].

A título de exemplo, na Holanda, o operador KPN, em cooperação com as filiais locais da Vodafone e T-Mobile, tentou bloquear ou cobrar os serviços OTT como o Skype e o WhatsApp. O legislador holandês reagiu fortemente criando uma lei de neutralidade da Internet (2011), proibindo práticas discriminatórias (tornando a Holanda no primeiro país Europeu a fazê-lo).

De forma análoga, na Alemanha, um tribunal condenou a Deutsche Telekom em 2013, quando o operador de telecomunicações tentou reduzir a velocidade de banda larga dos UIs que excediam determinados limites de dados. O tribunal concluiu que a conduta da Deutsche Telekom tinha sido discriminatória.

Em 2009, a Comissão Europeia, aquando da adoção do pacote de reforma das telecomunicações na UE, proclamou³⁸ o seu empenho na preservação das características de abertura e neutralidade da Internet, tendo em conta a vontade de se consagrar a neutralidade da Internet como objetivo político e princípio regulamentar a promover pelas

³⁸ JO L 337 de 18 de Dezembro de 2009.

ARN. Subsequentemente, países como Holanda e Eslovénia adotaram legislação sobre neutralidade da Internet que proíbe a discriminação de tráfego [56], e tendo as respetivas ARN tomado decisões concretas contra práticas de tarifação-zero baseadas nas suas leis nacionais [46]. Em simultâneo, a maioria dos países europeus adotou pelo menos uma posição oficial acerca da neutralidade da Internet, fosse pela contribuição para as consultas públicas da Comissão Europeia, ou pelo lançamento de debates nacionais. Alguns países definiram diretivas para a indústria e lançaram voluntariamente códigos de conduta [46].

Na Noruega foi clarificado que, em princípio, as práticas de tarifação-zero seriam consideradas uma violação das diretivas de neutralidade de rede nacionais [46]. No entanto, outras nações, como o Reino Unido, tomaram uma posição diferente, baseada no cálculo que permite que operadores da rede de comunicações eletrónicas desenvolvam fluxos de receitas adicionais provenientes de tráfego preferencial, de forma a incentivar os investimentos nas infraestruturas de banda larga.

Atualmente, apenas a Holanda e a Eslovénia aprovaram leis de neutralidade da Internet. No entanto, a falta de regulação tem permitido práticas como o bloqueio ou estrangulamento de serviços OTT [46], como a Netflix, que cruzam os limites da gestão de tráfego razoável por parte dos operadores da rede [56].

Na UE não são necessárias licenças para serviços OTT de Voz, mas em alguns países (França, Espanha) os serviços OTT têm sido bloqueados por oferecerem serviços de voz que utilizam a rede pública de telefone, comportando-se como uma empresa de telecomunicações sem cumprir as obrigações impostas a estas [2]. Em França, o Skype foi pressionado no sentido de se tornar um operador de telecomunicações, mas não o fez, o que foi considerado uma ofensa criminal [64]: em março de 2013 o regulador Francês, Autorité de Regulation des Communications Électroniques et des Postes, ARCEP, informou o procurador da República de Paris sobre a possibilidade de falta do Skype se ter declarado como operador de comunicações em França. De acordo com um comunicado à imprensa³⁹, “o facto de exercer uma atividade de operador de comunicações eletrónicas, em particular o facto de fornecer um serviço telefónico ao público, implica igualmente o respeito por certas obrigações, entre as quais figura nomeadamente o encaminhamento de chamadas de urgência e a disponibilidade dos meios necessários à realização de interceções judiciárias”.

Em 2014, o CNNum (Conseil National du Numérique) publicou um relatório da neutralidade da plataforma, que defende que plataformas como o Youtube, Spotify, etc., não se devem aproveitar de outras partes interessadas, como os operadores da rede de comunicações eletrónicas, de uma forma abusiva, e devem certificar-se que os utilizadores da plataforma são tratados em igualdade de circunstâncias. A neutralidade da plataforma é baseada nos seguintes princípios [56]:

1. Transparência e equidade na recolha, processamento e recuperação de informação.
2. Não discriminação entre formas de expressão e conteúdos partilhados.
3. Não monopolização de meios de produção de informação.
4. Não discriminação nos termos económicos para o acesso a plataformas.
5. Não discriminação nas normas técnicas de compatibilidade ou interoperabilidade com plataformas.

³⁹ Disponível em www.arcep.fr

Mais recentemente foi aprovada em França a denominada Lei Macron (*Loi n° 2015-990 du 6 Août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques*). Esta polémica lei, que abrange um amplo leque de disposições sobre a atividade económica muito para além do setor das telecomunicações, inclui uma disposição importante em relação a este último: se um operador operar uma rede aberta ao público ou fornecer um serviço de comunicações eletrónicas públicas sem que se tenha previamente declarado operador de telecomunicações, a autoridade poderá proceder oficiosamente a esta declaração. Esta disposição tem sido lida na imprensa francesa e internacional como podendo aplicar-se a serviços OTT (Skype e outras), nomeadamente no que diz respeito a aspetos relacionados com escutas telefónicas judiciais, mas também a outros, como o da contribuição para os investimentos em infraestruturas.

Já no que respeita a questões relacionadas com a privacidade e a proteção de dados, em Novembro de 2015, a justiça belga ordenou à rede social Facebook para parar de localizar e registar a utilização da Internet por parte de internautas localizados na Bélgica sem o expresso consentimento destes, sob pena de multa de 250 mil euros por dia (notícia LUSA 9/11/2015). A justiça belga contesta, em particular, a utilização de cookies que contêm dados sobre eventuais interesses e preferências de internautas que não têm uma conta no Facebook, mas que apenas acedem a uma página desta rede social.

Numa tentativa de incentivar os fornecedores de serviços OTT a dispor legalmente de acesso a chamadas de emergência, o Reino Unido ofereceu a estes prestadores numeração geográfica se aceitassem comportar-se como operadores e fornecer esses serviços (caso contrário são números não reconhecidos como “normais”) – embora seja questionável que os serviços OTT considerem um problema o facto de possuírem uma numeração diferente, ou que seja razão suficiente para assumir custos de obrigações. No caso do Reino Unido, a adoção de diferentes definições de VoIP foi uma das formas encontradas para regular a presença dos serviços OTT no mercado [64].

Uma das mais-valias da Internet é a questão da neutralidade da mesma – como já foi mencionado, todo o tráfego é tratado da mesma forma, independentemente da sua origem, destino ou conteúdo. No entanto, a neutralidade implica que a maioria dos operadores não possa diferenciar entre o tráfego para o qual recebem as receitas e o tráfego que não lhes traz qualquer benefício económico, nem podem diferenciar os seus produtos oferecendo melhor qualidade de serviço. No sentido de combater este problema, o OfCom (UK) anunciou a sua intenção de permitir a gestão dos serviços em alturas de congestionamento da rede – mas então todos os serviços do mesmo tipo (por exemplo, vídeo) têm que ser parados simultaneamente para evitar uma desvantagem competitiva. Esta abordagem sugere um grande envolvimento regulamentar (por exemplo, definir o que é o “estado de congestionamento”) [2].

A maioria das operadores móveis da Europa reserva-se no direito de implementar uma gestão de tráfego temporária no caso de congestionamento, geralmente discriminado nos contratos dos consumidores ou nas páginas de Internet dos operadores [46].

Em Abril de 2014 a União Europeia aprovou novas regras que visam garantir a igualdade de acesso à Internet a empresas e a utilizadores singulares, e a redução das tarifas de telefone móvel, de forma a criar um mercado Europeu unificado. Estes aspetos são discutidos com maior pormenor na secção 4.1.1.

Em suma, na União Europeia tem sido muito discutida a definição de Redes e Serviços de Comunicações Eletrónicas e no tratamento do serviço de VoIP. Segundo [56], o novo quadro regulamentar da União Europeia tem poderes limitados no âmbito do quadro regulamentar para solicitar dados sobre serviços OTT, mas podem ser utilizados dados disponíveis de outras fontes, incluindo dos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, para avaliar o impacto provável dos serviços OTT nos mercados.

4.1.1. ALTERAÇÕES NO MERCADO DE COMUNICAÇÕES ELETRÓNICAS EUROPEU

Na tentativa de potenciar crescimento económico, inovação, e criar novos postos no mercado de trabalho para combater a crise económica, a Comissão Europeia propôs, em 2013, um pacote legislativo para o mercado de telecomunicações conhecido por “Continente Conectado”. O objetivo deste pacote consistia em atingir um mercado digital único em que [10]:

- Os UIs poderiam usufruir do acesso aos serviços de comunicação eletrónica independentemente de onde se encontrassem (no âmbito geográfico da União Europeia), sem restrições transfronteiriças e custos adicionais.
- Os operadores da rede de comunicações eletrónicas possam operar, com maior facilidade, em vários países da União Europeia, fornecendo acesso à rede, independentemente do sítio onde estas ou os seus UIs se encontrem.

Segundo a análise realizada por Pierre Larouche, diretor académico do Centro da Regulação na Europa (CERRE) [74], os aspetos tidos em conta no pacote legislativo em causa, estão mais ligados às externalidades geradas pelas restrições transfronteiriças (por exemplo, itinerância internacional) no fornecimento e, como tal, no consumo de dados, do que às eventuais consequências para a concorrência neste mercado. Por um lado, Pierre Larouche afirma que o impacto positivo do pacote legislativo nos operadores da rede de comunicações eletrónicas não é claro, visto que o aumento espetável da concorrência entre os operadores, especialmente para as mais recentes e de menor dimensão, não terá um impacto positivo. Por outro lado, quer os UIs, quer os fornecedores de serviços OTT serão os principais beneficiados desta legislação, uma vez que o UI já não estará limitado no consumo de dados móveis no país estrangeiro. Por conseguinte, os serviços OTT beneficiarão com o aumento da procura pelos seus serviços e possibilidade de aumentar o seu negócio em toda a UE.

Uma outra possível consequência importante e comum aos operadores e aos serviços OTT, será a oportunidade de criar novas ofertas e estender as já existentes para o mercado comum. Quer a distribuição de conteúdo, quer os serviços de aplicações, ambos beneficiarão da vastidão do mercado para crescer, com a uniformização e orientação dos serviços e para o mercado Europeu como um todo.

Torna-se importante realçar a importância estratégica deste pacote legislativo para a União Europeia. Segundo a proposta do Conselho Europeu [10], remover impedimentos ao desenvolvimento dos serviços e tecnologias de informação e comunicação será um ponto-chave para Europa poder sair da crise económica mais forte e consolidada.

A mudança

Quase dois anos após a Comissão Europeia ter apresentado a proposta para a criação de um mercado único de telecomunicações, foi possível chegar a acordo no Parlamento Europeu, [85] [62] [86], prevendo-se:

- A abolição de uma taxa extra pela utilização dos serviços de chamadas e mensagens aos utilizadores dentro dos países da União Europeia.
- Regras fortes sobre a neutralidade da Internet de forma a proteger o direito dos cidadãos Europeus a aceder a conteúdos na Internet de forma livre, sem discriminação.

Estas medidas serão complementadas por uma reforma ambiciosa das regras sobre comunicações eletrónicas na União Europeia, em 2016. O principal objetivo da Comissão Europeia passa por criar condições para os serviços e redes digitais se desenvolverem, com vista ao desenvolvimento de um mercado digital único.

O fim da itinerância internacional

Durante a última década, a Comissão Europeia tem trabalhado no sentido de diminuir o preço da itinerância internacional cobrado pelos países da União Europeia, tendo-se registado desde 2007 uma descida de 80% no preço das chamadas, SMS e dados.

Com o acordo supramencionado, o preço da itinerância internacional será nulo dentro da União Europeia (a 15 de junho de 2017). Para abolir este preço, é necessário cumprir uma série de requisitos técnicos, estando a Comissão Europeia totalmente empenhada em implementar as medidas necessárias para garantir que o objetivo de reduzir a zero o preço da itinerância internacional seja completamente atingido a partir do primeiro dia.

Algumas destas medidas passam por implementar regras que previnam o uso abusivo, por exemplo, se um utilizador comprar um cartão SIM noutra país da União Europeia, onde os preços domésticos são mais baixos do que os praticados no seu país, ou se um utilizador permanecer no estrangeiro de forma permanente com o serviço que subscreveu no seu país de origem. Estes comportamentos não usuais são denominados “itinerância internacional permanente”, e podem ter um impacto negativo nos preços praticados. Desta forma, a Comissão Europeia pretende criar um limite de uso razoável como prevenção – quando esse limite é atingido, quando o utilizador se encontra noutra país da União Europeia, uma pequena taxa pode ser cobrada (porém, mais reduzida do que a taxa de itinerância internacional atual).

Outra das preocupações da Comissão Europeia passa pelos preços dos mercados domésticos (entenda-se por domésticos os mercados nacionais dos diferentes países da União Europeia) praticados com o fim da itinerância internacional. Em cenários pessimistas, poderia existir um aumento dos preços atuais, mas a verdade é que, na última década, com a descida do preço da itinerância internacional, os preços dos mercados domésticos também têm descido.

Os atuais preços de itinerância internacional desencorajam os UIs a utilizarem o telemóvel fora do seu mercado doméstico. Com o desaparecimento desta taxa, prevê-se que o consumo

aumente e, conseqüentemente, aumentem as oportunidades de negócio e prestação de serviços para os UIs que viajam pela União Europeia.

Internet (quase) sem limites

Com o acordo mencionado anteriormente, o princípio da neutralidade da Internet será introduzido como parte da legislação da União Europeia, isto é, os UIs terão acesso livre ao conteúdo da sua escolha, não existindo bloqueio ou priorização de conteúdos. Com a Internet “aberta”, o tratamento de tráfego deve ser realizado de forma igual, sujeito a um conjunto de regras claras e rigorosas, com exceção de algumas situações, como a segurança da rede ou o combate à pornografia infantil, e sujeito à gestão eficiente da rede pelos fornecedores de acesso à Internet. Por outro lado, os fornecedores de acesso à Internet e operadores da rede de comunicações eletrônicas continuarão a poder oferecer serviços especializados de alta qualidade, como serviços de TV através da Internet ou outras aplicações, desde que estes serviços não impliquem uma diminuição na qualidade do serviço de Internet fornecido.

O princípio acordado sobre a lei de neutralidade da Internet na União Europeia refere que não será permitido bloquear ou estrangular os conteúdos, aplicações ou serviços *online*, o que significa que existirão regras comuns na União Europeia em relação à Internet, contribuindo para o desenvolvimento de um mercado único. De forma objetiva, foi acordado que:

- Cada cidadão europeu poderá aceder à Internet e todo o conteúdo e serviços poderão ser disponibilizados pelos fornecedores através de uma rede de Internet “aberta” de alta qualidade.
- Todo o tráfego deve ser tratado de igual forma. Isto significa, por exemplo, que não será permitido pagar para obter maior prioridade de tráfego para determinado serviço. Porém, o tratamento igual do tráfego também permite uma gestão razoável do mesmo de acordo com os requerimentos técnicos dos diversos serviços, gestão que deverá ser independente da origem ou destino do tráfego gerado.

Estes princípios têm, como referido anteriormente, algumas exceções:

- O acesso a determinado conteúdo ou serviço pode ser bloqueado por autoridades públicas ou por decisão de um tribunal (por exemplo, se determinado conteúdo for considerado ilegal).
- De forma a preservar a segurança e integridade da rede (por exemplo, para combate a vírus, programas informáticos maliciosos (*malware*) ou ataques informáticos).
- De forma a minimizar congestionamentos temporários ou excepcionais da rede (significando que os fornecedores de serviços de Internet não podem invocar esta exceção se a sua rede está frequentemente congestionada).

Como referido anteriormente, a neutralidade da Internet está relacionada com a tarifação-zero. Estas tarifas promovem uma variedade de ofertas para os UIs mais sensíveis aos preços, encorajando-os a utilizarem os serviços digitais. Porém, a União Europeia considera que é necessário perceber se estas práticas beneficiam de facto os UIs ou se limitam as

escolhas dos mesmos, considerando que as ARN terão um papel muito importante na monitorização e certificação do cumprimento das regras.

Estas ARN terão ainda o poder e a obrigação de examinar as práticas de gestão de tráfego dos fornecedores de serviços de Internet e o efeito das suas práticas comerciais nos direitos de acesso e distribuição de conteúdos, aplicações e serviços dos UIs. A União Europeia terá, assim, as regras mais rigorosas e abrangentes sobre a Internet, de forma a assegurar os direitos dos UIs que pagam para obter um serviço com a qualidade merecida. Estas regras entrarão em vigor nos países da União Europeia a 30 de abril de 2016.

4.2. EM PORTUGAL

Os UIs podem escolher entre vários prestadores de serviços de comunicações eletrónicas e mudar de prestador, não havendo, *prima facie*, evidências de problemas de maior relevância que justifiquem regulação adicional neste campo. Assim, o foco reside em promover a concorrência, facilitar a possibilidade de mudança de operador e garantir que os utilizadores finais possam fazer escolhas informadas. Para além disso, a legislação promove a mobilidade entre prestadores, mitigando as questões de neutralidade da Internet que possam vir a surgir. O aumento exponencial do tráfego e os vários serviços/aplicações que requerem um fluxo acrescido e contínuo de dados podem implicar a necessidade de gerir o tráfego para manter a qualidade e disponibilidade de serviço e evitar a saturação da rede. Existe a preocupação de não introduzir, por via regulatória, desequilíbrios que condicionem novos investimentos e inovação [64].

A atividade reguladora da ANACOM é desenvolvida com base no atual quadro regulamentar comum para as redes e serviços de comunicações eletrónicas e nas Diretivas Comunitárias desenvolvidas pelo Parlamento Europeu e Conselho Europeu [87]. O atual quadro regulamentar permite identificar os mercados de produtos e serviços onde se justifique uma intervenção regulatória, bem como o seu supremo objetivo – beneficiar o utilizador final, tornando os mercados retalhistas efetivamente concorrenciais e orientados para um desenvolvimento sustentável [88], orientação fundamental para um vasto leque de políticas europeias. O objetivo último do quadro regulamentar do setor das comunicações eletrónicas consiste em reduzir progressivamente a intervenção regulatória (*ex ante*), à medida que idealmente a concorrência nos mercados se desenvolve, passando as comunicações eletrónicas a ser regidas exclusivamente pelo direito da concorrência (*ex post*).

Segundo as recomendações traçadas pela Comissão Europeia, a intervenção regulatória deverá ser imposta em mercados que não sejam efetivamente concorrenciais. Dado que a identificação da situação de concorrência no mercado é complexa, testam-se três critérios, cuja verificação conjunta poderá justificar uma intervenção regulatória [87]:

1. Presença de obstáculos fortes e não transitórios à entrada no mercado das redes e serviços de telecomunicações eletrónicas;
2. Não verificação de uma possível evolução da estrutura do mercado para uma situação de concorrência efetiva no horizonte temporal relevante;

3. A aplicação do direito da concorrência não corrige adequadamente a(s) falhas(s) encontradas no mercado.

Caso os três critérios acima se verificarem, compete à ANACOM determinar a(s) empresa(s) com poder de mercado significativo no(s) mercado(s) suprarreferido(s) e impor-lhe(s) obrigações regulatórias adequadas, e/ou manter/alterar as obrigações existentes.

4.3. NOUTROS PAÍSES

Internacionalmente, surgiram iniciativas regulatórias e legais que incidem sobre a presença de serviços OTT no mercado das redes e serviços de comunicações eletrónicas, tendo nos casos seguidamente mencionados, sido produzida regulação ou legislação especialmente tendo em conta os serviços OTT.

Estados Unidos da América

O debate em torno da neutralidade da Internet chegou recentemente à Europa, mas foi nos Estados Unidos da América que teve a sua origem. Em 2005 surgiram os primeiros casos nos Estados Unidos da América, com os operadores da rede de comunicações eletrónicas a discriminarem determinadas aplicações, como aconteceu com os serviços VoIP da Vonage que viram o seu acesso bloqueado pela Madison River Communication [80].

O Netflix, um dos maiores fornecedores de serviços OTT, paga uma taxa de vias rápidas à Comcast, um dos maiores prestadores de serviços de acesso à Internet em banda larga nos Estados Unidos da América. Os conflitos entre os que apoiam e os que são contra esta opção têm aumentado, e as tentativas de regulação têm falhado. A ARN, FCC (Federal Communications Commission), foi rejeitado duas vezes pela justiça federal (primeiro contra a Comcast, e depois contra a Verizon), nas suas tentativas de criar regras que preservassem a neutralidade e abertura da Internet. Em Abril de 2014 a FCC lançou novas regras de Internet “aberta” que impuseram taxas adicionais nos serviços e aplicações OTT, como Netflix e Skype.

Em Fevereiro de 2015, e depois da pressão imposta pelo presidente Barack Obama, a FCC votou pelas “Regras fortes e sustentáveis para proteger a Internet “aberta””, com o objetivo de “preservar a Internet como uma plataforma inovadora, com liberdade de expressão e crescimento económico”. As regras deixam muito claro que não é permitido nenhum tipo de bloqueio, estrangulamento ou priorização paga [56]:

- Não é permitido bloquear – não é permitido bloquear o acesso a conteúdo legal, aplicações, serviços ou dispositivos.
- Não é permitido fazer *throttling* (estrangulamento/limitação) – não é permitido diminuir/limitar o tráfego com base no conteúdo, aplicações, serviços ou dispositivos.
- Não é permitido pagar para ter maior prioridade – não é permitido favorecer determinado tipo de tráfego, ou seja, é proibida a criação de vias rápidas.

Japão

Como as regras da concorrência no Japão têm lidado de forma eficaz com os problemas relacionados com a concorrência no mercado das comunicações eletrónicas, a principal preocupação tem incidido na questão da neutralidade da Internet. Em 2007, o governo japonês aprovou três princípios fundamentais [80]:

- Os UIs têm o direito de aceder livremente a redes, serviços e aplicações.
- Os UIs têm o direito de aceder livremente a terminais que estejam de acordo com os padrões técnicos previstos na lei, e estes terminais podem-se conectar entre si de forma flexível.
- Os UIs têm o direito de usar as plataformas e os meios de comunicação de forma livre, a um preço razoável.

Coreia do Sul

Os operadores da rede móvel têm amenizado a sua posição inicial relativamente aos serviços mVoIP, e a maioria deles optou por múltiplas estratégias para minimizar as perdas de receita. Por exemplo, no início de 2010, a SK Telecom e a KT permitiram aos seus clientes aceder aos serviços mVoIP, desde que subscrevessem o plano tarifário mais caro.

Neste contexto, o regulador das comunicações da Coreia do Sul, KCC (Korean Communications Commission), anunciou as Diretrizes de Neutralidade da Internet e Gestão de Tráfego (Dezembro de 2011), com o objetivo de promover uma utilização aberta e justa da Internet, e criar um sistema de tecnologias de informação sustentável através dos princípios fundamentais da neutralidade da Internet e da gestão do tráfego de Internet. Quatro requisitos foram incluídos nestas orientações [80], [84]:

1. Transparência sobre a política de gestão de tráfego.
2. Não bloqueamento de conteúdos e serviços legais.
3. Não discriminação entre conteúdos legais.
4. Gestão de tráfego razoável para evitar problemas de congestionamento, segurança e estabilidade da rede de forma a proteger os utilizadores finais.

A exigência de transparência torna os operadores da rede responsáveis por divulgar objetivos de gestão de tráfego, práticas e métodos aos utilizadores finais. O requisito de não bloqueio proíbe o bloqueio de quaisquer conteúdos, aplicações ou serviços legais, com subsídios para evitar danos nos dispositivos e para práticas de gestão de tráfego razoáveis. A regra de não discriminar irracionalmente proíbe a discriminação entre aplicações e serviços de conteúdos legais, permitindo novamente práticas de gestão de tráfego razoáveis. Por último, a exigência de gestão de tráfego razoável afirma que os operadores da rede de comunicações eletrónicas podem adotar práticas de gestão de tráfego para a segurança e estabilidade da rede, e para evitar o congestionamento da rede, protegendo os UIs. Estas diretrizes eram silenciosas no que diz respeito aos direitos dos operadores da rede de comunicações eletrónicas cobrarem aos serviços de mVoIP.

Destacando os conflitos inerentes à gestão da relação entre os serviços OTT e os operadores da rede móvel, em julho de 2012 o KCC apresentou um projeto razoável de gestão de tráfego,

que parece contradizer as diretrizes de neutralidade da Internet e Gestão de Tráfego acima mencionadas. Estas orientações foram organizadas em quatro categorias:

1. Gestão de utilizadores com consumo de tráfego muito elevado.
2. Gestão de tráfego maciça.
3. Limitações no mVoIP.
4. Normas de gestão de tráfego.

Estas orientações permitem limitações aos utilizadores “pesados” e restrições à circulação maciça (vídeo e partilha P2P) em horários de pico. As diretrizes também permitem restringir o direito dos subscritores a escolher serviços mVoIP com base nos seus níveis de subscrição. Estas regras recomendam a utilização de padrões globais de gestão de tráfego, desde que qualquer norma seja notificada e consultada devidamente antes de ser adotada. Este projeto não chegou a ser aceite devido à oposição de grupos de UIs, organizações não-governamentais e prestadores de mVoIP.

O governo sul coreano anunciou recentemente um plano com o objetivo de reduzir as despesas de telecomunicações das famílias, com implicações também para o mercado mVoIP. O plano assegurava abrir as redes móveis completamente e eliminar quaisquer restrições impostas aos serviços mVoIP; a capacidade de aceder a estes serviços mVoIP, antes limitados apenas aos planos tarifários mais caros, passariam a estar disponíveis em todos os telemóveis inteligentes, mas a quantidade de utilização seria limitada nos planos subscritos pelos UIs. A decisão de uma rede aberta pode levar ao abalo das receitas dos operadores da redes móveis. O governo sul coreano tinha já proibido, em dezembro de 2013, a autorregulação de gestão de tráfego por parte dos operadores da rede móvel, exceto nos casos de congestionamento de rede ou qualquer ataque DDoS⁴⁰[84].

Singapura

Em 2010, o iDA (Infocomm Development Authority), em Singapura, reviu a sua posição sobre neutralidade de rede, originando o seguinte quadro regulamentar para os operadores da rede de comunicações eletrónicas [2]:

1. Não estão autorizadas a bloquear conteúdo legal;
2. Devem estar em conformidade com as regras de concorrência e interligação;
3. Devem divulgar informações aos utilizadores sobre as suas práticas de gestão de rede e débitos descendentes típicos de banda larga;
4. Têm que cumprir padrões mínimos de qualidade de serviço definidos nas licenças;
5. Podem fornecer serviços diferenciados.

A empresa operadora de rede em Singapura oferece quatro classes de serviço: em tempo real, perto do tempo real, missão crítica e política de melhor esforço⁴¹. O regulador dá especial

⁴⁰ Tentativa maliciosa de derrubar redes, serviços ou aplicações baseadas na web, ao desarmar esses recursos com um volume muito alto de dados ou debilitá-los de outra forma.

⁴¹ Trata-se de um modelo de serviço usado na Internet, que consiste num utilizador que envia um fluxo de dados, ao mesmo tempo que a largura de banda é partilhada com todos os fluxos de dados enviados por outros utilizadores, ou seja, estas emissões são concorrentes entre si. Em caso de congestionamento de dados, os pacotes são descartados sem qualquer critério nem distinção, o que

ênfase à necessidade de informar os utilizadores, e está também a considerar um período de “arrefecimento” após a assinatura do contrato, que permite que os utilizadores cancelem o contrato no prazo de duas semanas, se não estiverem satisfeitos com o serviço de tráfego.

China

Tal como em muitos outros mercados asiáticos, a China tem assistido a um enorme crescimento dos mercados de banda larga móvel nos últimos anos.

Em 2013, a China Mobile e outros operadores alegaram que a sinalização constante das aplicações WeChat carregadas em dispositivos portáteis causou custos de tráfego nas suas redes móveis. Com a aprovação do Ministério da Indústria e da Informação, este operador anunciou planos para começar a cobrar aos serviços OTT pela utilização das suas terminações de tráfego. Embora a proposta do operador fosse pouco detalhada e não identificasse um preço para as suas tarifas, esta intenção foi fortemente criticada pelos utilizadores através dos *media*, alegando que a imposição de uma taxa em apenas um serviço OTT não iria resolver o problema dos operadores da rede de comunicações eletrónicas, uma vez que existem tão poucas barreiras à entrada nos mercados de serviços OTT, que qualquer outro serviço OTT de baixo custo poderia substituir o WeChat. Os encargos propostos foram retirados, eventualmente devido à crítica pública.

Outro fator que complica o potencial quadro regulamentar para os serviços OTT na China é o desejo do governo chinês de controlar o acesso à informação dos seus cidadãos. Em Julho de 2014 o Ministério Chinês da Ciência, TIC e Planeamento Futuro bloqueou dois serviços OTT coreanos (Naver’s free messaging⁴² e Kakao Talk), alegando que estes serviços estavam a ser utilizados para coordenar atos de terrorismo. Porém, os serviços OTT domésticos, como o WeChat e o WhatsApp continuam em vigor.

Nenhum dos modelos referidos evoluiu num sistema de cobrança aos serviços OTT pelo acesso às redes, embora tenham sido levantadas propostas de preços de acesso. Em vez disso, o acesso e a interligação de serviços OTT são permitidos a custo zero, pelo que a situação reúne todas as condições apresentadas por Reiffen e Ward (2002) para que os operadores da rede de comunicações eletrónicas sejam incentivados a “sabotar” a entrada dos seus possíveis concorrentes [84].

4.4. PRINCIPAIS DIFERENÇAS REGULATÓRIAS

Os operadores da rede de comunicações eletrónicas enfrentam o surgimento dos serviços OTT, que fornecem serviços de voz e mensagens a preço zero, utilizando as infraestruturas dos operadores da rede de comunicações eletrónicas. Esta situação leva a que os operadores percam o controlo do que é carregado nas suas redes, bem como da quantidade de dados

obviamente não garante que este serviço seja bem-sucedido, nem que tenha um bom desempenho. Em caso de tráfego sensível a atrasos ou perdas de pacotes, este tipo de ruído pode originar perdas acentuadas de qualidade de emissão em tempo real ou até inviabilizá-la.

⁴² Atualmente, LINE.

carregada (que tem crescido exponencialmente), o que os força a construir redes mais rápidas, que também serão utilizadas para tráfego de serviços OTT [64].

A velocidade com que o mercado de Internet se tem desenvolvido pode dar origem a desequilíbrios na regulação das várias entidades do mercado. Os serviços OTT podem ser substitutos dos serviços tradicionais, mas não estão sujeitos às mesmas regras dos modelos de negócio dos operadores da rede de comunicações eletrónicas (Quadro 4.4.1), o que pode indiciar uma necessidade de intervenção regulatória.

Área de Regulação	Operadores da rede de comunicações eletrónicas	Serviços OTT
Licenciamento	Sim, licenças individuais. Os operadores são geralmente definidos como detentores de poder de mercado, prevendo-se que persista a necessidade de licenças.	Licença comum; muitas vezes estão isentos de licenciamento.
Interligação	Sim, devido à definição geral de operadores como detentores de poder de mercado. O requisito para interligar produz custos.	Não. Os prestadores são por definição <i>over-the-top</i> da rede, e não necessitam de interligação.
Prestação de interceção legal	Exigido como condição de licenciamento.	Necessária em alguns casos. Legislação introduzida ou a ser desenvolvida em quase todos os países.
Acesso a serviços de emergência	Exigido como condição de licenciamento para as ofertas básicas (PATS).	Necessário em alguns casos. Prestadores de <i>peer-to-peer</i> estão geralmente isentos.
Qualidade de serviço	Sim. Licenças incluem requisitos para <i>SLAs</i> .	Não. Por vezes a tecnologia da Internet torna difícil a qualidade de serviço. Problemas de qualidade de serviço (sobretudo ao nível da velocidade) são geralmente atribuídos ao servidor de rede, e não ao prestador de serviços.
Neutralidade da Internet	Parte do princípio de transporte melhor esforço de dados sem discriminação, independente da origem ou natureza dos dados. Conceitos não aplicados no Médio Oriente e África do Norte, e sendo revistos atualmente noutras regiões (por exemplo, União Europeia)	Não há obrigações. O seu controlo sobre o conteúdo e a liberdade de escolha dos clientes liberta-os de restrições nesta área.

Quadro 4.4.1 – Desequilíbrios regulamentares entre operadores e OTT. Fonte: [2]

Outro caso que pode gerar uma maior desequilíbrio regulamentar são os *media*. As empresas de transmissão tradicional estão sujeitas a direitos de autor de conteúdos e a rigorosas restrições, enquanto os serviços de *media* OTT disfrutam de relativa liberdade. Também a portabilidade de dados é um aspeto de regulação que pode agravar este desequilíbrio se não for abordado corretamente. Este conceito destina-se a proteger os utilizadores dos efeitos de *lock-in*, e a sua implementação deve ser planeada cuidadosamente de forma a assegurar que todos os intervenientes deste mercado estejam sujeitos às exigências de portabilidade de dados.

5. O consumo de serviços OTT em Portugal

Em Portugal, assim como na generalidade dos países, a adesão e utilização dos serviços de aplicações e conteúdos (OTT) encontra-se em grande crescimento, provocando uma profunda e acelerada mudança no setor das comunicações eletrónicas. Num ambiente tão complexo e em constante movimento, torna-se importante determinar qual o papel da regulação.

Nesse sentido foram realizados dois estudos de mercado que permitirão identificar, por um lado o consumo dos serviços OTT em Portugal e por outro a estratégia e economia do negócio dos serviços OTT. Teremos assim uma visão integrada através de uma abordagem junto dos consumidores (lado da Procura) e dos principais agentes económicos intervenientes no setor (lado da Oferta).

Como principais objetivos temos:

- Identificar as principais áreas de intervenção regulatória a nível nacional e internacional que têm contribuído para a dinamização dos serviços OTT em paralelo com uma oferta equilibrada de redes e serviços de comunicações eletrónicas para a respetiva salvaguarda dos direitos dos utilizadores finais;
- Detalhar os diferentes serviços OTT disponíveis, ou com previsão de o serem, em Portugal;
- Apresentar os padrões de consumo dos serviços OTT e as condições de oferta disponíveis em Portugal;
- Estimar a evolução previsível das condições da oferta e procura de serviços OTT em Portugal;
- Aferir a perceção do consumidor sobre a entidade que presta o serviço (OTT versus operador) em Portugal;
- Estimar a procura atual e futura de largura de banda associada à procura de serviços OTT em Portugal e analisar em que medida o crescimento dessa procura poderá, ou não, originar problemas de congestão das redes dos operadores de comunicações eletrónicas, em especial nas redes de acesso (instalações do utilizador) e na interligação à Internet (*peering*), exigindo investimentos adicionais em infraestruturas de rede por parte destes;
- Descrever e analisar a natureza do mercado dos serviços OTT (mercado de um lado versus mercado de dois lados);
- Avaliar o papel da Inovação e Desenvolvimento no mercado dos serviços OTT em Portugal e no panorama internacional;
- Apresentar as estratégias seguidas pelos principais intervenientes no sector em Portugal e no panorama internacional, em especial no que diz respeito às variáveis relacionadas com receitas, preços, posicionamento face à concorrência e qualidade de serviço/gestão do tráfego;
- Identificar as eventuais parcerias (em formação ou já constituídas) entre os operadores de redes de comunicações eletrónicas e entre estes e os prestadores de serviços OTT;

- Mostrar a cadeia de valor associada à prestação de serviços OTT e de que forma se perspetiva a sua evolução, face às tendências da procura e ao posicionamento dos operadores de redes de comunicações eletrónicas;
- Analisar as estratégias seguidas pelos operadores de redes fixas e móveis para fazer face aos serviços OTT, incluindo a descrição de eventuais serviços OTT que os próprios operadores de redes de comunicações eletrónicas tenham vindo a disponibilizar;
- Examinar, relativamente à gestão de tráfego, as políticas e práticas seguidas pelos operadores das redes de comunicações eletrónicas no âmbito de rácios de contenção de tráfego, de eventuais práticas de bloqueio de certos conteúdos ou aplicações e de formatação de tráfego em Portugal e no resto do mundo;
- Abordar a eventual existência de acordos bilaterais entre prestadores de serviços de comunicações eletrónicas e distribuidores de conteúdos/prestadores do serviço OTT, em Portugal;
- Descrever o impacto dos serviços OTT na oferta e procura dos diferentes serviços de comunicação electrónica, em Portugal, disponíveis ao público e na oferta de conteúdos, em termos de ofertas disponíveis, preços, receitas, custos de angariação de clientes, custos de mudança de prestador, qualidade de serviço e outras variáveis relevantes;
- Avaliar a necessidade de intervenção regulatória, em Portugal, tendo em conta as estratégias dos prestadores e a experiência dos outros países nesta área;
- Analisar o impacto previsível do crescimento da oferta e da adesão a serviços OTT sobre as definições de mercado e avaliações de posição dominante nos mercados relevantes suscetíveis de regulação *ex-ante*, tendo em conta também a evolução de serviços como a voz fixa, a voz móvel, SMS (*short message service*), MMS (*multimedia messaging service*), o serviço de televisão por subscrição e a oferta de pacotes de serviços de comunicações eletrónicas;
- Identificar e analisar as potenciais relações de complementaridade e substituíbilidade entre serviços OTT e serviços de comunicações eletrónicas, tendo em conta os preços, a qualidade de serviço, as necessidades dos utilizadores, as funcionalidades capacitadas nas respetivas redes/equipamentos/aplicações de suporte e barreiras à mudança;
- Apresentar recomendações a nível da regulação e formulação de políticas públicas, devidamente fundamentadas.

5.1 Estudo do lado da Oferta

5.1.1 Metodologia do Estudo do lado da Oferta

População Alvo

A população-alvo é constituída pelos principais agentes económicos intervenientes no setor:

- Os principais operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações electrónicas;
- Operadores de Televisão ;
- Prestadores de serviços de mensagens instantâneas;
- Fornecedores de *software*;
- Fornecedores de aplicações (apps);
- Motores de busca;
- Produtores de conteúdos;
- Plataformas de distribuição de conteúdos;
- Associações de consumidores;
- Entidades públicas nacionais cuja esfera de atuação releva para o objeto do estudo;
- Autoridades reguladoras nacionais (ARN) de outros países.

Trabalho de Campo

O trabalho de campo decorreu entre o dia 25 de julho e 27 de outubro de 2015.

Amostra

Foram realizadas 33 entrevistas aprofundadas, correspondentes a 40 marcas / serviços, com duração aproximada de 1 hora e 30 minutos.

Segmentos	Agentes	Observações
Principais operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas	MEO	Meo, sapo
	Vodafone	
	NOS	NOS, CLIX
	Cabovisão	
	Lycamobile	
	CTT (Phone-ix)	
Teledifusores	G9TELECOM	
	RTP	
	SIC	
Fornecedores de software	TVI	
	Microsoft	Microsoft, Skype e Bing
	IBM	
	Skype	Microsoft, Skype e Bing
Motores de busca	Google (Hangout)	Google, Google (Hangout) e Youtube
	Google	Google, Google (Hangout) e Youtube
Produtores de conteúdos	Bing	Microsoft, Skype e Bing
	Produções Fictícias	
	SP Televisão	
	Fremantlemedia Portugal, SA	
Plataformas de disponibilização de conteúdos	Valentim de Carvalho Filmes, SA	
	Youtube	Google, Google (Hangout) e Youtube
	Netflix	
	Sapo	Meo, sapo
Associações de consumidores	Clix	NOS, CLIX
	DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor	
Entidades públicas nacionais cuja esfera de atuação releve para o objeto do estudo	UGC – União Geral de Consumidores	
	Autoridade da Concorrência	
	Entidade Reguladora para a Comunicação Social	
	Instituto do Cinema e do Audiovisual	
	Direção Geral do Consumidor	
Outras entidades	Comissão Nacional de Proteção de Dados	
	C CIA (Computer & Communication Industry Association)	
Autoridades reguladoras nacionais de outros países	Estados Unidos da América (FCC)	
	Reino Unido (OFCOM)	
	Holanda (ACM)	
	Eslovénia (AKOS)	
	Espanha (CNMC)	
	França (ARCEP)	
	Alemanha (BNETZA)	
Brasil (ANATEL)		

Quadro 5.1.1.1 – Agentes económicos entrevistados no estudo do lado da oferta.

5.1.2 Serviços OTT em Portugal

A maioria das entidades entrevistadas concorda com a definição de OTT apresentada no início da entrevista – um serviço OTT é a disponibilização de produtos (serviços, aplicações ou conteúdos) por Internet “aberta” podendo alguns deles ser considerados concorrentes ou substitutos dos serviços de comunicações eletrónicas tradicionais. O acesso aos serviços OTT pode ser efetuado através de computadores, telemóveis inteligentes, tablets, consolas ou televisores.

Pontualmente, foram referidas algumas opiniões que diferem ou acrescentam à definição:

- i. No segmento dos Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, a entidade G9Telecom defende a designação OTT

enquadrada em serviços disponibilizados via linha telefónica (como o IVR - *Interactive voice response*).

- ii. No mesmo segmento dos Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, a MEO considera que faz mais sentido a denominação de Internet ao invés de Internet “aberta”, visto não existir Internet fechada, mas sim limitação à utilização de Internet, como por exemplo as redes privadas.
- iii. No segmento dos Operadores de Televisão e Produtores de conteúdos, a SIC considera como OTT qualquer serviço que implique fluxo contínuo de vídeo através da Internet.

“No segmento dos media só reconhecemos como OTT tudo o que implica vídeo, o OTT começou por ser uma transmissão de vídeo por Internet e para isso acontecer era preciso uma caixa que estava em cima da televisão, daí o nome over-the-top. Os downloads de vídeo começaram há dez anos e hoje são um concorrente de peso para a televisão linear”¹

- iv. No segmento das Associações de consumidores e Entidades públicas nacionais, a DECO sugere incluir na definição o facto dos serviços OTT serem aplicações que possuem prioridade na rede (facto que não foi reiterado por nenhuma outra entidade entrevistada).

“Acho que devia de estar que são serviços que possuem prioridade uma vez que os operadores acordam com determinado OTT que o serviço passa na sua rede de forma prioritária”²

- v. No segmento das ARN, a BNETZa considera como relevante incluir na definição que os serviços prestados pelos OTT são distribuídos pelos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas.
- vi. Para a CCIA, no segmento Outros, a definição deveria referir que um OTT é um serviço especializado (com características específicas) fornecido de forma independente da empresa que possui a rede.

Em termos do acesso aos serviços OTT, algumas entidades entrevistadas nos segmentos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas (MEO), Operadores de Televisão (TVI), Entidades reguladoras (Anatel) e Outros (CCIA) avaliam como redutora a descrição dos equipamentos terminais uma vez que se pode aceder através de qualquer dispositivo desde que este esteja ligado à Internet.

“A limitação dos devices não faz sentido, o que interessa é que o equipamento esteja ligado à Internet, pode ser um frigorífico”³

“O acesso aos OTT vai para além do que foi dito, um OTT é uma aplicação que se pode aceder via Internet através de qualquer equipamento desde que distribua conteúdos que pode ser desde um relógio, um rádio ou um frigorífico”⁴

¹ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de Televisão

² Verbatim da entrevista realizada a uma Associação de Consumidores

³ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

⁴ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de Televisão

“Os devices enumerados não são exaustivos, qualquer dia pode-se aceder via carro, via geladeira, se ficar com essa lista provavelmente daqui a uns tempos está ultrapassada, aqui no Brasil dizemos que é independentemente do dispositivo do usuário, o ideal é citar de forma genérica mas não ter de atualizar...”⁵

“Hoje já se consegue aceder através de um leque maior de devices, como os relógios, já existem smartwatches no mercado e mesmo através dos carros, que estão cada vez mais associados a uma plataforma de software onde os conteúdos/aplicações estão acessíveis”⁶

No que respeita aos diferentes tipos de serviços OTT, a maioria dos entrevistados concordou com os exemplos referidos na entrevista - Serviços de mensagens instantâneas como o WhatsApp, iMessage, Facebook Messenger; Serviços de voz através da Internet como o Skype, Viber, FaceTime, FreeVoIP Deal; Serviços de fluxo contínuo de vídeo como o Netflix; Outros conteúdos e/ou aplicações como o Youtube, Spotify, iTunes, Dropbox, iCloud, Facebook, Twitter, Pinterest e BitTorrent.

No entanto, algumas entidades possuem uma ideia diferente:

- No segmento dos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas a G9Telecom considera que os exemplos citados são aplicações que funcionam sobre IP e por tal não podem ser considerados OTT (uma vez que não necessitam do sistema telefónico).
- No segmento dos Operadores de Televisão e Produtores de conteúdos, a SIC perceciona todos os serviços que não sejam de fluxo contínuo de vídeo como aplicações (e não OTT) que correm na Internet em que a exigência na rede é menor. Ainda dentro deste segmento, a RTP e a TVI não consideram como OTT todos os serviços *peer-to-peer* como o Pinterest e o BitTorrent nem as aplicações Dropbox e iCloud. A TVI, em particular, também não classifica as redes sociais (Facebook, Twitter) como serviços over-the-top uma vez que são percecionadas como plataformas mais abrangentes. No entanto, alguns serviços que correm através das redes sociais como por ex., o Facebook Messenger são considerados como OTT.
- No segmento dos fornecedores de *software* e de aplicações, prestadores de serviços de mensagens instantâneas, motores de busca e plataformas de disponibilização de conteúdos, a Microsoft (Skype e Bing) considera como OTT apenas os serviços substitutos de comunicações eletrónicas (*messaging* e voz).
- No segmento Outros, a CCIA refere que os exemplos de serviços seguem apenas a lógica de empresas digitais excluindo casos de empresas pré-digitais que se tornaram digitais através da oferta de OTT como por exemplo, alguns supermercados ou jornais.

Neste seguimento, a tabela 1 apresenta os serviços que no contexto da entrevista foram classificados pelos entrevistados como OTT (✓) vs. os que não foram considerados como OTT (✗):

⁵ Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

⁶ Verbatim da entrevista realizada a Outras entidades

Serviços OTT Entidades entrevistadas	Mensagens instantâneas			Voz através da internet				Videostreaming	Outros conteúdos/aplicações								
	WhatsApp	iMessage	Facebook Messenger	Skype	Viber	FaceTime	Free VoipDeal	Netflix	Youtube	Spotify	iTunes	Dropbox	iCloud	Facebook	Twitter	Pinterest	BitTorrent
Prestadores de serviços de comunicações eletrônicas de redes e Prestadores de serviços de comunicações eletrônicas																	
• G9Telecom	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Lycamobile	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• NOS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Cabovisão	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• MEO	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• CTT (Phone-ix)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Vodafone	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Telefísicos e Produtores de conteúdos																	
• SIC	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
• RTP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• TVI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Produções Fictícias	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• SP Televisão	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Valentim de Carvalho Filmes	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• FremantleMedia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fornecedores de software e aplicações, Prestadores de serviços de mensagens instantâneas, Motores de Busca e Plataformas de disponibilização de conteúdos																	
• Microsoft/Skype/Bing	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
• IBM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Google/Youtube	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Netflix	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Associações de consumidores e Entidades públicas nacionais																	
• ICA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• União Geral de Consumidores	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• DECO	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• ERC	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• AdC	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Direção Geral do Consumidor	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• CNPD	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Entidades reguladoras																	
• ANATEL	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• OFCOM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• BNETZa	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• AKOS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• ACM	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• CNMC	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• ARCEP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Outros																	
• CCIA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Quadro 5.1.2.1 - Classificação dos serviços pelas entidades entrevistadas

No segmento das ARN, em particular, a BNETZa, a ACM e a CNMC referem, tendo por base o relatório sobre OTT em preparação pelo BEREC/OBEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications), que os OTT que podem competir com os serviços de comunicações eletrónicas tradicionais (mensagens instantâneas e voz através da Internet) e OTT que não concorrem, potencialmente, com os serviços de comunicações eletrónicas (motores de busca e plataformas sociais).

O Netflix, em particular, também tem presente a taxonomia adotada pelo BEREC.

“De acordo com o BEREC existem os OTT 1 onde se encontra o Google e os OTT 2 onde o Netflix está incluído uma vez que é um fornecedor de conteúdos e não um substituto dos serviços de comunicações eletrónicas tradicionais”⁷

Paralelamente, algumas entidades entrevistadas sugeriram outros serviços OTT, tal como se pode constatar na tabela seguinte:

⁷ Verbatim da entrevista realizada a uma Plataforma de disponibilização de conteúdos

Entidades entrevistadas	Prestadores de serviços OTTs sugeridos
Prestadores de serviços de comunicações eletrônicas de redes e Prestadores de serviços de comunicações eletrônicas <ul style="list-style-type: none"> ▪ G9Telecom ▪ MEO 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IVR ▪ MEO Go; MEO Music
Teledifusores e Produtores de conteúdos <ul style="list-style-type: none"> ▪ SIC ▪ RTP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prime video (Amazon); MEO Go ▪ Popcorn Time
Fornecedores de software e aplicações, Prestadores de serviços de mensagens instantâneas, Motores de Busca e Plataformas de disponibilização de conteúdos <ul style="list-style-type: none"> ▪ Microsoft/Skype/Bing 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Google Hangouts
Associações de consumidores e Entidades públicas nacionais <ul style="list-style-type: none"> ▪ ERC 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prestadores de serviços OTTs de carácter académico e empresarial
Entidades reguladoras <ul style="list-style-type: none"> ▪ ANATEL ▪ ACM 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Periscope (OTT de <i>broadcast</i>) ▪ Airbnb; Google Search
Outros <ul style="list-style-type: none"> ▪ CCIA 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prestadores de serviços OTTs de empresas pré-digitais (supermercados, jornais, bancos, etc.,)

Quadro 5.1.2.2 - Outros serviços considerados como OTT's

5.1.3 Padrões de consumo dos OTT's e condições de oferta disponíveis

De acordo com a maioria das entidades entrevistadas, assiste-se atualmente a uma mudança de paradigma no setor das comunicações eletrónicas – Consome-se mais serviços OTT em detrimento dos serviços tradicionais.

“Nos últimos dois anos tem-se assistido a um aumento na ordem dos 10% das chamadas VoIP e de 20% do messaging”⁸

⁸ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

“Hoje em dia já não existe uma relação estática com a televisão, os conteúdos é que têm de ir cada vez mais ao encontro do consumidor. No futuro poderá existir uma oferta de TV específica para quem não está conectado aos meios tradicionais”⁹

“Antes, quando se usava uma aplicação era uma exceção, hoje é uma regra diária, já faz parte do quotidiano das pessoas”¹⁰

“A televisão linear tem os dias contados, a tendência é existir por um lado uma pulverização e uma fragmentação das audiências e, por outro lado, uma explosão de criatividade que vai acabar com o atual sistema de produção de conteúdos”¹¹

A nível de outros países (Brasil, Reino Unido, Alemanha, Eslovénia e Holanda) e de acordo com as respetivas entidades reguladoras, verifica-se igualmente um grande aumento do consumo de OTT.

“Aqui no Brasil existe um estudo que indica que quase 50% dos utilizadores confundiam o que era Facebook, Twitter e WhatsApp com Internet mais ampla, ou seja, o consumidor já começa a achar que a Internet é um conjunto restrito de aplicações”¹²

“Hoje em dia na Eslovénia os serviços OTT são mais reconhecidos do que os operadores de telecomunicações que se sentem como fornecedores de infraestruturas”¹³

Pelas entrevistas realizadas é possível deduzir que a evolução da utilização dos OTT deve-se sobretudo a três grandes fatores:

1. Características inerentes aos próprios OTT:
 - O facto de a maioria dos serviços serem gratuitos para o utilizador final;
 - A constante inovação apresentada que gera novos apelos de consumo.

2. Condições proporcionadas pelos operadores de redes de comunicações eletrónicas:
 - Disponibilização de redes de próxima geração (que asseguram a qualidade e garantem todas as exigências das plataformas OTT).

3. Variáveis externas aos operadores de redes de comunicações eletrónicas ou aos fornecedores de aplicações, serviços ou conteúdos:
 - Venda de telemóveis inteligentes em franco crescimento (“representam 60% das vendas no mercado dos telemóveis e daqui a um ano podem ficar perto dos 100%”¹⁴);
 - Maior número de pontos de acesso de Internet gratuita (*hotspot’s wi-fi*);
 - Maior número de utilizadores literatos em tecnologia (que dominam e exploram cada vez mais os meios de comunicação alternativos);
 - Acesso mais facilitado à tecnologia (proporcionado não só pelos telemóveis inteligentes mas também pelos tablets).

⁹ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de televisão

¹⁰ Verbatim da entrevista realizada a uma Associação de consumidores

¹¹ Verbatim da entrevista realizada a uma Entidade pública nacional

¹² Verbatim da entrevista realizada a uma Entidade reguladora

¹³ Verbatim da entrevista realizada a uma Entidade reguladora

¹⁴ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

Paralelamente, e em termos de conteúdos, o padrão de visionamento também foi alterado – A oferta é maior e utilizam-se diversas plataformas.

*“O consumidor mais jovem vê várias coisas em simultâneo, pode ver um filme no computador, tem o telemóvel ligado no Twitter e vê uma série na televisão isto tudo ao mesmo tempo. Daqui a uns tempos o próprio telemóvel vai ter vários ecrãs que vão permitir o visionamento simultâneo de conteúdos diferenciados e a pessoa depois escolhe o que ver no ecrã maior mas está a controlar o que se passa nos outros ecrãs”*¹⁵

5.1.4 Estimação da evolução das condições de oferta e de procura de serviços OTT

De acordo com a perspetiva das entidades inquiridas, o consumo dos serviços OTT vai aumentar num curto espaço de tempo - No decurso dos próximos doze meses a maioria dos entrevistados prevê que exista em Portugal um aumento do volume de tráfego de dados consumido pelos utilizadores finais de serviços OTT.

Alguns entrevistados conseguiram quantificar a variação da evolução no espaço de um ano¹⁶.

No Segmento dos Produtores de Conteúdos, a Valentim de Carvalho considera que o volume de tráfego de dados deverá crescer na ordem dos dois dígitos mas o valor do negócio não crescerá na mesma proporção.

*“Em termos do modelo de negócio os OTT só trazem benefícios a nível mundial pondo em causa os produtores dos pequenos países”*¹⁷

O segmento dos Fornecedores de aplicações, Plataformas de disponibilização de conteúdos e motores de busca, refere que o consumo dos seus serviços tem estado a aumentar em termos globais, apesar de não possuírem dados para Portugal.

O Google, em particular, possui a expectativa que os seus produtos principais (Google Search, o Gmail e o Youtube) continuem a crescer em termos de número de utilizadores assim como o Google Play, uma vez que a comunicação via móvel está em franco crescimento.

O Netflix considera que é difícil prever a evolução de consumo da sua plataforma uma vez que tal varia de acordo com cada país mas o número de subscritores tem aumentado em termos globais e a perspetiva é que esse crescimento se mantenha.

*“Em 2014 o Netflix tinha, globalmente, 50 milhões de subscritores e atualmente têm 65 milhões e por isso é provável que o número aumente nos próximos anos”*¹⁸

¹⁵ Verbatim da entrevista realizada a uma Produtora de conteúdos

¹⁶ Estimativas de crescimento do volume de tráfego em Portugal: Um Fornecedor de software – 100%; Quatro Operadores de rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas – 50%; Um Operador de rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas – 20%; Uma Entidade pública nacional – 20%; Uma Associação de consumidores – 20%; Dois Operadores de televisão – 20%; Um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas – 10%

¹⁷ Verbatim da entrevista realizada a um Produtor de conteúdos

¹⁸ Verbatim da entrevista a uma Plataforma de disponibilização de conteúdos

Para Portugal, em particular, o Netflix não consegue estimar o número de utilizadores nem o tempo despendido com o serviço.

“Neste momento estamos orientados para a Europa do sul mas não sabemos quantas pessoas vão subscrever o Netflix, depende muito da qualidade da Internet, da concorrência que existe no mercado e da oferta de televisão linear que não temos dados para Portugal mas a perspetiva é que o visionamento seja cerca de 3.8 horas por dia”¹⁹

Para algumas entidades entrevistadas, como a SIC, a União Geral de Consumidores, a DECO, a ERC, a ADC e a SP Televisão, o serviço Netflix, cuja entrada em Portugal ocorreu em outubro de 2015, poderá representar um aumento substancial do consumo de tráfego de dados.

Em relação aos mercados de outros países a previsão das ARN entrevistadas é também de um aumento do consumo de tráfego de dados pelos utilizadores finais de serviços OTT.

Na figura 5.1.4.1 apresenta-se um gráfico com as estimativas de aumento do volume de tráfego pelos utilizadores finais de serviços OTT recolhidas junto das entidades reguladoras que conseguiram quantificar a variação da evolução:

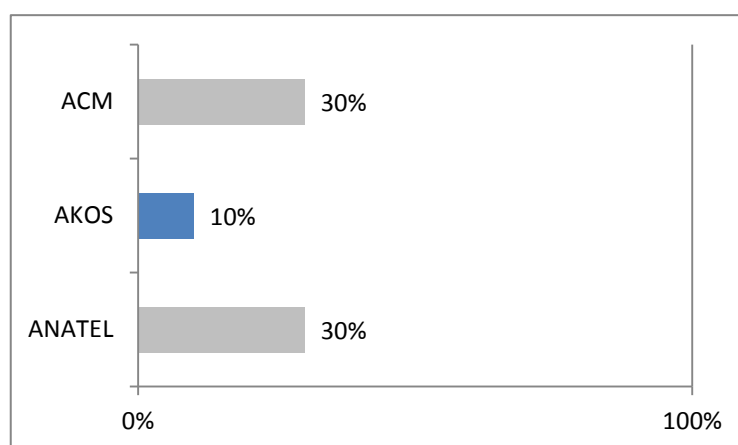


Fig. 5.1.4.1 - Estimativas de crescimento do volume de tráfego no Brasil, Eslovénia e Holanda no espaço de um ano

5.1.5 Estimação da procura atual e futura de largura de banda associada a serviços OTT

Para a maioria das entidades entrevistadas, Portugal está bem apetrechado no que diz respeito a redes de próxima geração não existindo, atualmente, problemas a nível da qualidade de serviço de Internet prestado.

De acordo com o segmento dos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas em particular, realizam-se análises permanentes do grau de ocupação da rede e modernizações contínuas de largura de banda.

“A MEO tem vindo a fazer um investimento muito grande para conseguir comportar o aumento de consumo dos clientes, é um investimento que tem de ser feito para manter a qualidade de serviço.

¹⁹ Verbatim da entrevista realizada a uma Plataforma de disponibilização de conteúdos

Atualmente, o consumo médio mensal da banda larga fixa está muito próximo dos 50 Giga por dia, o que é muito elevado, a maioria dos clientes utilizam abaixo desta média mas depois existem uns tubarões que fazem muitos peer-to-peer e muitos downloads de filmes”²⁰

“A Vodafone faz investimentos significativos em virtude do aumento da procura e como resposta à concorrência no setor...o investimento na rede é uma tendência para a Vodafone independentemente do surgimento dos OTT. Neste momento no móvel está-se na 4ª geração e já se fala na 5ª geração para 2020”²¹

No entanto, e em termos de futuro, existe uma grande reserva em relação ao acompanhamento da largura de banda face ao aumento do consumo dos OTT e a existência de novos serviços OTT – A exigência maior dos conteúdos pode colocar em causa a capacidade da rede uma vez que os recursos são cada vez menores.

“No futuro pode existir uma proliferação de aplicações e soluções over-the-top que não participam no suporte de custo da rede mas que vão criar o esgotamento da rede, não existindo por parte das empresas de telecomunicações capacidade nem vontade para investir”²²

“Uma dificuldade a existir no futuro, mesmo a nível da implementação do princípio da neutralidade da Internet, tem a ver com o facto de os operadores terem de suportar sozinhos os investimentos necessários na rede num contexto onde o tráfego está a aumentar exponencialmente, sobretudo através do vídeo”²³

Tendo em conta a realidade internacional, a maioria das entidades reguladoras entrevistadas considera que os seus países estão preparados em termos de rede para suportar um aumento de consumo de volume de dados.

Apenas a AKOS referiu que a Eslovénia possui, atualmente, uma oferta de Internet de baixa capacidade mas trata-se de um cenário que vai ser alterado nos próximos tempos (uma vez que estão a ser realizados grandes investimentos em infraestruturas).

5.1.6 Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

A maioria das entidades entrevistadas considera que não existem em Portugal grandes picos de congestionamento de rede. No entanto, e quando tal acontece não é diretamente associado à procura dos OTT mas a certas operações que se realizam na Internet que consomem grande largura de banda, como o *download* de vídeos de forma interrupta (24 horas por dia).

No entanto, alguns participantes, sobretudo no segmento dos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, defendem que com o aumento do consumo de OTT, especialmente a nível da voz e de transmissão de vídeo, poderá gerar problemas de congestionamento implicando perda de qualidade de serviço, tal como se pode verificar na figura seguinte.

²⁰ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

²¹ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

²² Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

²³ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de televisão

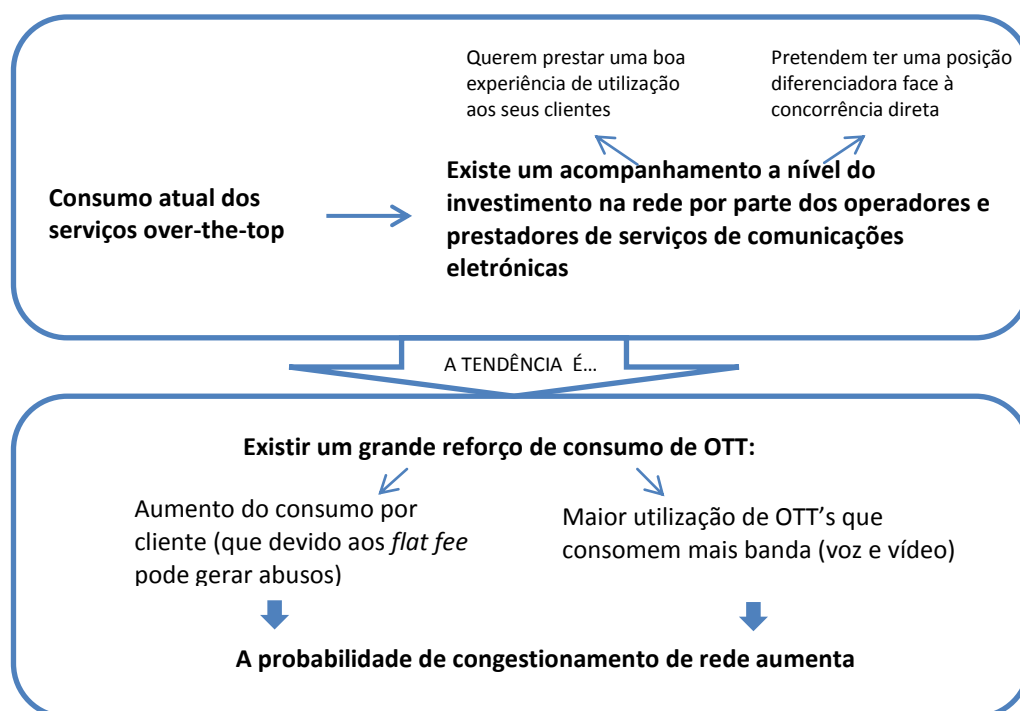


Fig. 5.1.6.1- Cenário percetivo - Possível congestionamento no futuro tendo em conta o aumento de procura de OTT

Este cenário de congestionamento não espelha a realidade nos países das entidades reguladoras entrevistadas:

- A Alemanha, o Reino Unido e a Holanda possuem uma rede com grande capacidade;
- O Brasil apresenta um modelo de financiamento na rede móvel em que o utilizador final paga de acordo com os gigabytes contratados (o que na prática facilita a utilização e evita o congestionamento);
- A Eslovénia está numa fase de investimento de infraestrutura (que acompanha a oferta) não prevendo para os próximos tempos um grande aumento de tráfego de dados;
- A Espanha não possui atualmente queixas em termos de congestionamento da rede e não prevê no futuro próximo um grande aumento de tráfego de dados (uma vez que a penetração dos OTT no seu mercado é pouco expressiva).

De acordo com a CCIA, o aumento de consumo dos serviços OTT não implica um congestionamento da rede. A razão prende-se com o facto de o custo da modernização estar a diminuir em termos do equipamento necessário, recorrendo-se cada vez mais ao *software*.

O Netflix, em particular, não possui dados que corroborem que o aumento de tráfego poderá congestionar a rede e a qualidade de serviço. No entanto, considera que o investimento realizado pelos operadores nas suas redes irá providenciar um melhor acesso à Internet trazendo implicações positivas ao negócio de uma forma global.

5.2 Estudo do lado da Procura

5.2.1 Metodologia do Estudo do lado da Procura

População Alvo

A população alvo é constituída pelos utilizadores de Internet através de computador e e/ou telemóvel inteligente/tablete com idade superior ou igual a 16 anos.

Base de Contactos

O estudo do lado da procura, compreende a realização de uma amostragem probabilística selecionada a partir de um painel *online*, o qual conta com cerca de 100 000 utilizadores de Internet em Portugal.

Trabalho de Campo

O trabalho de campo decorreu entre o dia 8 de setembro e 3 de outubro de 2015.

Amostra

Foram realizadas 5367 entrevistas *online* de acordo com a distribuição da população de utilizadores de Internet, garantindo a representatividade dos resultados obtidos.

		População				Amostra		
		Total	%	Computador	telemóvel inteligente / tablete	Total	Computador	telemóvel inteligente / Tablete
Género	Mulheres	2 861 692	49,9%	2 746 221	2 466 303	2 869	1 465	1 404
	Homens	2 874 738	50,1%	2 758 740	2 477 547	2 498	1 223	1 275
Classe etária	16-34	2 451 941	42,7%	2 353 003	2 113 166	2 631	1 212	1 419
	35-54	2 310 221	40,3%	2 217 002	1 991 027	2 337	1 254	1 083
	55 ou mais	974 268	17,0%	934 956	839 657	399	222	177
Região *	Norte	1 833 060	32,0%	1 759 105	1 579 802	1 686	869	817
	Centro	1 193 246	20,8%	1 145 104	1 028 386	1 083	547	536
	Lisboa	1 788 356	31,2%	1 716 204	1 541 275	1 929	944	985
	Alentejo	387 963	6,8%	372 311	334 362	332	150	182
	Algarve	261 546	4,6%	250 994	225 411	140	80	60
	Madeira	138 527	2,4%	132 938	119 388	127	58	69
	Açores	133 699	2,3%	128 305	115 227	21	15	6
Escolaridade	Ensino Básico ou menos	2 437 256	42,5%	2 338 911	2 100 510	384	221	163
	Ensino Secundário	1 718 161	30,0%	1 648 832	1 480 769	1 629	837	792
	Ensino Superior	1 581 013	27,6%	1 517 218	1 362 571	3 353	1 629	1 724
	Ensino Secundário ou menos	4 155 417	72,4%	3 987 743	3 581 279	2 013	1 058	955
	Ensino Superior	1 581 013	27,6%	1 517 218	1 362 571	3 353	1 629	1 724
Situação profissional	Empregado	3 713 703	64,7%	3 563 852	3 200 595	3 563	1 725	1 838
	Desempregado	466 720	8,1%	447 888	402 235	889	499	390
	Aluno / Estudante	624 211	10,9%	599 024	537 966	652	321	331
	Outros inativos	931 796	16,2%	894 197	803 053	255	137	118
	Total	5 736 430	100%	5 504 961	4 943 850	5 367	2 688	2 679

Quadro 5.2.1.1 – Distribuição do universo e da amostra

Fonte:

- INE, Recenseamento da População e da Habitação (Portugal) - Censos – 2011, Quadro 6.03, para cada uma das regiões NUTS II
- INE, Recenseamento da População e da Habitação (Portugal) - Censos – 2011, Quadro 6.28, para cada uma das regiões NUTS II
- INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2014, Quadro 2
- INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2014, Quadro 6

* A distribuição amostral ao nível da região não soma o total da amostra porque ocorreram 49 casos para os quais não foi possível identificar a localização.

Resultados

Os resultados deste estudo foram extrapolados tendo como base o Universo em estudo (fonte INE) e foram ponderados de acordo com as quotas de mercado dos 6 grupos de serviços OTT (VOIP, Mensagens instantâneas, serviços audiovisuais, redes sociais, partilha e armazenamento de ficheiros, motores de busca e e-commerce), apuradas durante o estudo.

5.2.2 Caracterização da população de utilizadores de Internet

Neste capítulo pretende-se caracterizar a população de utilizadores de Internet de acordo com o tipo de dispositivo (computador ou telemóvel inteligente / tablete) e segundo as seguintes características sociodemográficas: género, classe etária, região, nível de escolaridade, situação profissional e rendimento mensal.

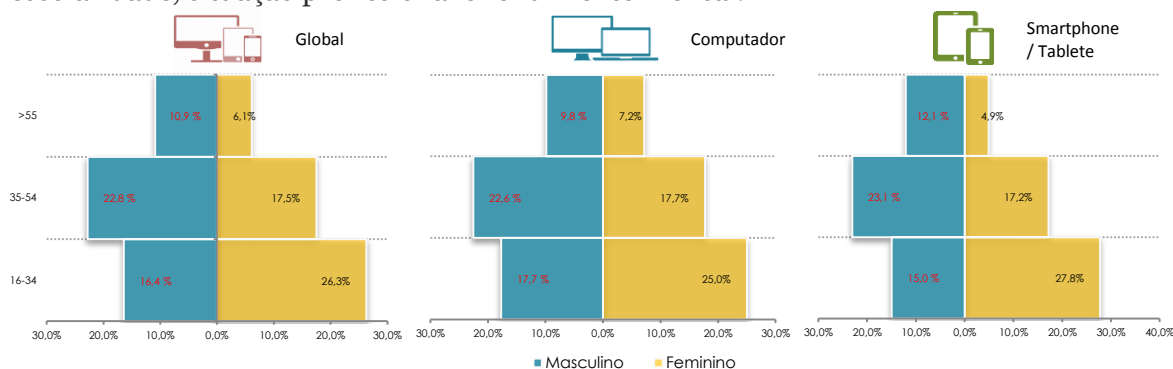
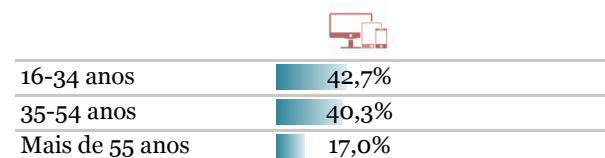
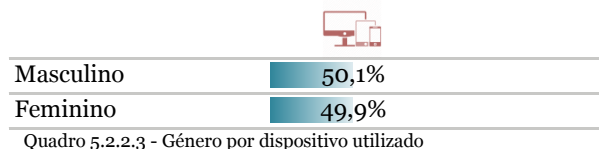


Fig. 5.2.2.1 - Género e classe etária por dispositivo utilizado

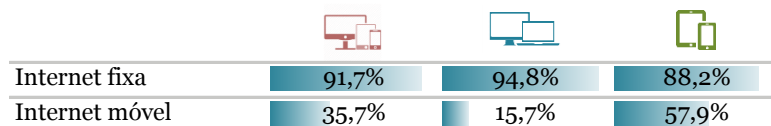


Quadro 5.2.2.2 - Classe etária por dispositivo utilizado






Quadro 5.2.2.3 - Género por dispositivo utilizado

No que respeita ao tipo de acesso ao serviço de Internet (Quadro 5.2.2.4) destaca-se o acesso à Internet fixa por ser o acesso mais utilizado tanto por utilizadores de computador como por utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete. Note-se ainda que a proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete com acesso à Internet móvel é consideravelmente superior à proporção de utilizadores de computador com este tipo de acesso.






Quadro 5.2.2.4 - Internet fixa e Internet móvel dispositivo utilizado

A amostra de 5367 indivíduos foi distribuída de forma equitativa pelos dois grupos de dispositivos, computador e telemóvel inteligente / tablete e extrapolada para a população de utilizadores de Internet (5.736.430). Verifica-se que o maior número de utilizadores de Internet situa-se na faixa etária até aos 34 anos.

			
Norte	31,8%	31,8%	31,8%
Centro	20,6%	20,6%	20,5%
Lisboa	30,9%	30,8%	31,1%
Alentejo	7,3%	7,1%	7,6%
Algarve	3,9%	4,1%	3,7%
Madeira	4,1%	3,9%	4,4%
Açores	0,6%	0,8%	0,3%
NS/NR	0,7%	0,8%	0,6%




Quadro 5.2.2.5 - Distribuição por região por NUTS II

63% dos indivíduos da amostra residem nas NUTS II do Norte (32%) e Lisboa (31%).

			
Ensino básico ou menos	14,1%	14,4%	13,8%
Ensino secundário	58,3%	58,1%	58,6%
Ensino superior	27,6%	27,6%	27,6%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%




























Quadro 5.2.2.6 - Nível de escolaridade

O nível de escolaridade da população em estudo concentra-se essencialmente no ensino secundário e ensino superior, podendo este fato ser justificado por se estar perante um painel *online*.

			
Empregado	60,5%	58,1%	63,2%
Desempregado	18,1%	20,1%	15,8%
Aluno/ Estudante	11,8%	12,3%	11,3%
Outros inativos	9,4%	9,3%	9,6%
Outros	0,1%	0,1%	0,0%
NS/NR	0,1%	0,1%	0,0%

Quadro 5.2.2.7 - Situação profissional

Mais de metade dos utilizadores de Internet entrevistados estão empregados, estando a proporção de desempregados a rondar os 18%. Note-se que, as diferenças registadas entre a proporção de utilizadores de computador e a proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete para as situações profissionais de emprego e de desemprego revelam significado estatístico.




			
Até 485 euros	 7,0%	 8,0%	 6,0%
De 486 a 970 euros	 26,9%	 28,0%	 25,7%
De 971 a 1455 euros	 27,7%	 27,7%	 27,8%
De 1456 a 1940 euros	 14,9%	 14,0%	 15,9%
De 1941 a 2425 euros	 8,9%	 8,0%	 9,9%
De 2424 a 2909 euros	 4,0%	 3,8%	 4,1%
Igual ou superior a 2910 euros	 3,0%	 2,8%	 3,3%
NS/NR	 7,5%	 7,7%	 7,3%

Quadro 5.2.2.8 - Rendimento mensal do agregado familiar

55% da população em estudo auferem de um rendimento considerado médio (entre 486 e 1455 euros). Verifica-se que a diferença registada entre a proporção de utilizadores de computador que auferem até 485 euros e a proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete que auferem este mesmo rendimento é considerada estatisticamente significativa.




5.2.3 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

No presente capítulo pretende-se caracterizar o consumo atual de serviços OTT em Portugal, bem como o consumo de serviços de telecomunicações. Pela análise do quadro 5.2.3.1 verifica-se que a quase totalidade da população em estudo (utilizadores de Internet) possui um pacote de serviços de telecomunicações. Verifica-se ainda que existe uma maior quantidade de pacotes contratados pelos utilizadores de computador.

			
Sim	99,3%	99,8%	98,8%
Não	0,7%	0,2%	1,2%




Quadro 5.2.3.1 - Posse de pacote de serviços de telecomunicações (em %)

Os principais prestadores de serviços a quem são contratados os pacotes de serviços de telecomunicações são a Meo e a NOS (quadro 5.2.3.2). Verifica-se que os utilizadores de computador têm mais pacotes de serviços contratados à NOS do que os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, registando-se uma lógica inversa para os pacotes contratados à Vodafone.

			
Meo	38,4%	39,2%	37,5%
NOS	37,2%	39,4%	34,8%
Vodafone	19,9%	16,8%	23,3%
Cabovisão	4,5%	4,6%	4,4%




Quadro 5.2.3.2 - Operador de pacote de telecomunicações (em %)

A grande maioria dos utilizadores de Internet possuem pacotes de serviços que para além da Internet fixa têm televisão por assinatura, serviços telefónico fixo e serviço telefónico móvel. Note-se ainda que existe evidência de que os utilizadores de computador tendem a ter contratado em pacote serviços fixos, enquanto os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete tendem a ter contratado em pacote serviços móveis.

			
Internet Fixa	91,3%	92,3%	90,1%
Televisão por assinatura	80,2%	81,9%	78,2%
Serviço Telefónico Fixo	76,6%	78,6%	74,4%
Serviço Telefónico Móvel	56,6%	47,0%	67,3%
Internet Móvel por dados móveis	48,4%	35,2%	63,2%
Internet Móvel por <i>pen USB</i>	15,8%	16,1%	15,5%
NS/NR	1,5%	1,0%	2,1%




Quadro 5.2.3.3 - Serviços incluídos no pacote de telecomunicações (em %)

O quadro 5.2.3.4 apresenta o gasto médio mensal com o conjunto de serviços de telecomunicações. Deste modo, verifica-se que cerca de 1/4 dos inquiridos revela despende, em média, entre 50 a 69,99 euros por mês com o consumo de serviços de telecomunicações. Verifica-se ainda que existe uma maior percentagem de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete que despende em média menos de 19,99 euros por mês, por outro lado, constata-se que existe uma maior percentagem de utilizadores de computador que admite despende em média entre 30 a 49,99 euros por mês.

			
Entre 0 e 9,99 euros	5,0%	3,1%	7,2%
Entre 10 e 19,99 euros	7,8%	5,5%	10,4%
Entre 20 e 29,99 euros	10,9%	11,4%	10,4%
Entre 30 e 39,99 euros	14,0%	16,2%	11,5%
Entre 40 e 49,99 euros	14,7%	16,2%	12,9%
Entre 50 e 69,99 euros	25,7%	25,8%	25,6%
Entre 70 e 89,99 euros	13,0%	13,3%	12,8%
Entre 90 e 119,99 euros	5,2%	4,8%	5,6%
120 euros ou mais	1,1%	1,1%	1,0%
NS/NR	2,6%	2,6%	2,6%

Quadro 5.2.3.4 - Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações (em %)

No que respeita ao tarifário de Internet móvel contratado, verifica-se que a maioria dos inquiridos que não tem Internet móvel incluída num pacote de telecomunicações, revela ter uma assinatura mensal não incluída num pacote de serviços, sendo esta situação verificada numa maior proporção de utilizadores de computador do que de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

			
Tarifário diário	14,4%	10,2%	15,4%
Tarifário semanal	7,4%	0,0%	9,3%
Tarifário mensal com dados móveis	6,5%	0,0%	8,1%
Assinatura mensal n/ incluída num pacote	57,7%	76,1%	53,2%
Outro	5,2%	7,0%	4,8%
NS/NR	8,7%	6,7%	9,2%

Quadro 5.2.3.5 - Tarifários de Internet Móvel (placa e dados móveis) (em %)

No que respeita à utilização de serviços OTT em Portugal, verifica-se que, tanto para os utilizadores de computador, como para os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, os serviços mais consumidos são os motores de busca, imediatamente seguidos pelas redes sociais. Por outro lado, destacam-se os serviços de VoIP (*voice over Internet protocol*) e de partilha e armazenamento de ficheiros por serem aqueles que apresentam menores níveis de utilização. Observa-se ainda que os utilizadores de computador tendem a utilizar mais motores de busca e serviço de comércio eletrónico, redes sociais, serviços de audiovisual e serviços de partilha e armazenamento de ficheiros do que os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

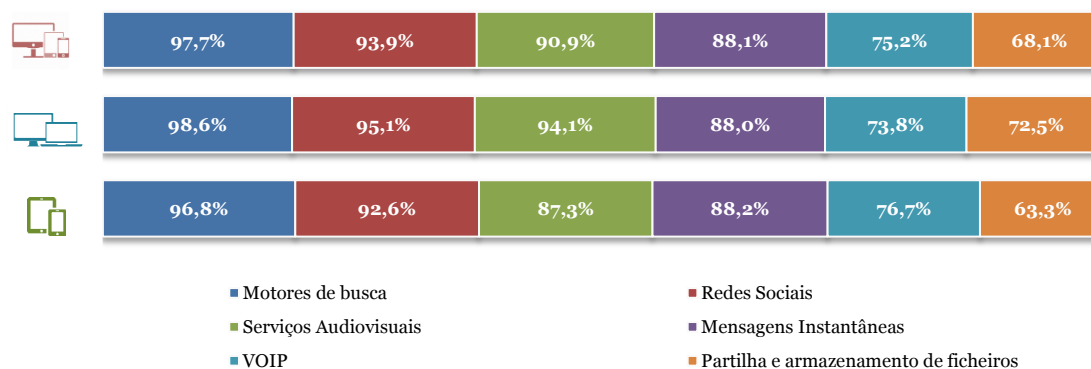



Fig. 5.2.3.6 - Utilização dos grupos de serviços OTT por dispositivo (em %)


Os quadros 5.2.3.7, 5.2.3.8 e 5.2.3.9 apresentam os serviços VoIP utilizados em Portugal por tipo de dispositivo, distinguindo-se ainda serviços de apenas voz, de serviços de apenas videochamada e de serviços de voz + videochamada. Pela análise dos quadros referidos, verifica-se que para os serviços VoIP de apenas voz, os serviços mais utilizados pelos utilizadores de computador são o Facebook Messenger, o Viber e o Skype. Os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete apresentam um comportamento semelhante, verificando-se assim que os serviços mais referidos por estes utilizadores são o Facebook Messenger, o Whatsapp e o Viber, note-se que para estes três serviços VoIP as proporções registadas pelos utilizadores de computador são superiores às proporções registadas pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete. No que concerne aos serviços VoIP de apenas Videochamada e de Voz + Videochamada, constata-se que tanto para utilizadores de computador, como para utilizadores de telemóvel inteligente / tablete os serviços mais utilizados são o Skype e o Facebook Messenger. Por fim, importa salientar que para o serviço Skype de Voz + Videochamada a proporção de utilizadores de computador é superior à proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, enquanto para os serviços Facetime e Whatsapp a proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete é mais elevada.

VoIP - Serviços utilizados



	Apenas voz	Apenas Videochamada	Voz + Videochamada
Skype	7,6%	10,5%	34,8%
Facebook Messenger	22,0%	6,4%	23,7%
Whatsapp	10,5%	1,3%	5,8%
Facetime	1,2%	1,8%	5,4%
Viber	9,6%	1,4%	5,1%
Hangouts	4,5%	1,4%	4,1%
Wechat	0,8%	0,6%	1,1%
Line	0,8%	0,3%	0,8%
QQ	0,5%	0,3%	0,5%
Skypeout	0,3%	0,3%	0,4%
Tango	0,1%	0,2%	0,3%
Outros	1,3%	0,0%	0,4%

Quadro 5.2.3.7 - Serviços VoIP utilizados



	Apenas voz	Apenas Videochamada	Voz + Videochamada
Skype	7,7%	11,3%	37,8%
Facebook Messenger	18,6%	7,0%	24,5%
Viber	8,0%	1,1%	5,1%
Hangouts	4,1%	1,2%	4,5%
Facetime	1,5%	1,5%	4,5%
Whatsapp	2,1%	0,0%	1,6%
Wechat	0,8%	0,7%	1,4%
Line	0,9%	0,3%	0,9%
QQ	0,7%	0,3%	0,7%
Skypeout			
Tango		0,1%	
Outros	1,6%		0,3%

Quadro 5.2.3.8 - Serviços VoIP utilizados (por utilizadores de computador)

	Apenas voz	Apenas Videochamada	Voz + Videochamada
Skype	7,6%	9,6%	31,4%
Facebook Messenger	25,9%	5,8%	22,7%
Whatsapp	19,9%	2,7%	10,5%
Facetime	0,9%	2,2%	6,3%
Viber	11,5%	1,7%	5,1%
Hangouts	4,9%	1,7%	3,7%
Skypeout	0,7%	0,7%	0,8%
Wechat	0,7%	0,5%	0,8%
Line	0,7%	0,3%	0,7%
Tango	0,3%	0,4%	0,6%
QQ	0,3%	0,4%	0,3%
Outros	0,9%	0,1%	0,5%

Quadro 5.2.3.9 - Serviços VoIP utilizados (por utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete)

A figura 5.2.3.10 apresenta o serviço VoIP mais utilizado por tipo de dispositivo utilizado. Para os utilizadores de computador, verifica-se que o serviço VoIP mais utilizado é o Skype (45,8%), seguido pelo Facebook Messenger (41,2%). Para os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete o serviço VoIP mais utilizado é o Facebook Messenger (39,9%), seguido pelo Skype (34,8%). Note-se ainda que para o serviço Skype e para outros serviços VoIP as proporções registadas pelos utilizadores de computador são superiores às proporções registadas pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, enquanto para o serviço Whatsapp é registado um comportamento inverso.

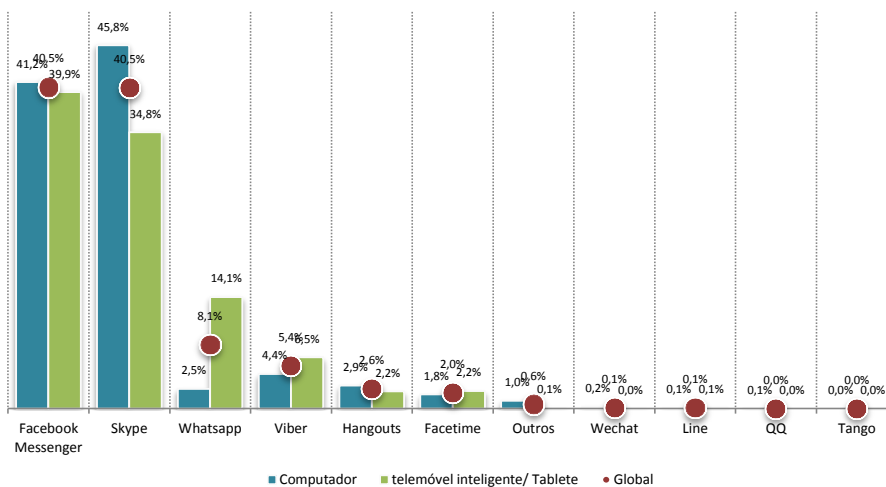





Fig. 5.2.3.10 - Serviço VoIP mais utilizado

Mensagens instantâneas - Serviços utilizados

O quadro 5.2.3.11 apresenta os serviços de mensagens instantâneas utilizados em Portugal, por tipo de dispositivo utilizado. Destaca-se o serviço Facebook Messenger, por ser o serviço mais mencionado, quer pelos utilizadores de computador, quer pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete. Dos restantes serviços de mensagens instantâneas referidos pelos utilizadores de computador destaca-se ainda o Skype, enquanto para os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete se destacam os serviços Whatsapp e Skype. Por fim, importa destacar a diferença significativa entre utilizadores dos serviços Whatsapp, Skype e Viber através de computador e os utilizadores desses serviços através de telemóvel inteligente/ tablete.

			
Facebook Messenger	76,4%	77,8%	74,9%
skype	41,2%	46,4%	35,5%
Whatsapp	19,9%	3,8%	37,8%
viber	11,3%	9,0%	13,9%
Hangouts	10,3%	10,8%	9,7%
Wechat	1,0%	1,3%	0,6%
Line	0,6%	0,4%	0,7%
Tango	0,2%		0,3%
QQ	0,1%	0,2%	0,1%
Nenhum	11,9%	12,0%	11,8%
Outros	1,4%	1,2%	1,5%

Quadro 5.2.3.11 - Serviços de Mensagens Instantâneas utilizados

A seguinte figura apresenta o serviço mensagens instantâneas mais utilizado por tipo de dispositivo utilizado destacando-se o serviço Facebook Messenger quer para os utilizadores de computador (76,5%), quer para os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete (67,6%). Note-se ainda que a proporção de utilizadores de computador que apontam como o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado o Skype é superior à proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, enquanto para o serviço Whastapp se regista um comportamento inverso.

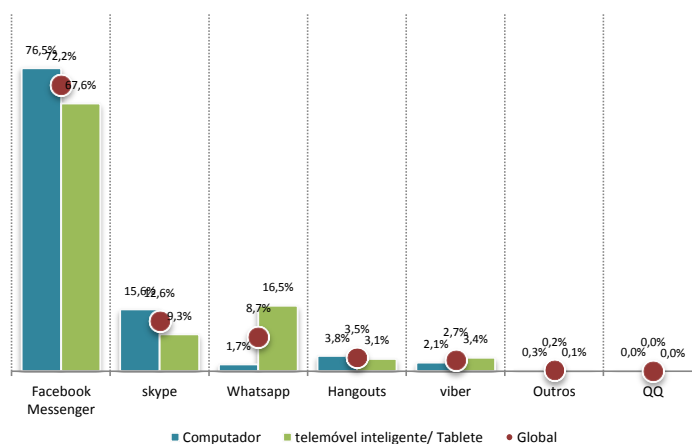





Fig. 5.2.3.12 - Serviço de Mensagens Instantâneas mais utilizado

Serviços de audiovisual - Serviços utilizados

No que concerne ao consumo de serviços audiovisuais em Portugal, constata-se que a esmagadora maioria dos inquiridos refere utilizar o serviço Youtube (quadro 5.2.3.13), identificando este serviço como o serviço audiovisual mais utilizado (figura 5.2.3.14). Note-se que para os serviços de audiovisual Youtube, Spotify, Vimeo, RTP Play e SoundCloud a proporção de utilizadores de computador é superior à proporção de utilizadores telemóvel inteligente/ tablete. De salientar ainda que existem mais utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete a não utilizar serviços de audiovisual do que utilizadores de computador.

			
Youtube	87,5%	90,4%	84,3%
Spotify	20,0%	21,6%	18,2%
Vimeo	12,6%	15,0%	9,9%
RTP Play	12,3%	13,8%	10,7%
TVI Player	11,9%	12,3%	11,5%
MEO Go	11,3%	11,2%	11,4%
MEO Musica	10,4%	9,9%	11,1%
SoundCloud	6,7%	7,9%	5,3%
Apple Music	5,1%	4,6%	5,7%
Vine	3,5%	4,1%	2,8%
Metacafe	1,1%	1,1%	1,0%
Rhapsody	0,4%	0,4%	0,4%
Tidal	0,1%	0,2%	0,1%
Nenhum	9,4%	6,4%	12,8%
Outro	2,3%	2,3%	2,2%

Quadro 5.2.3.13 - Serviços Audiovisuais utilizados

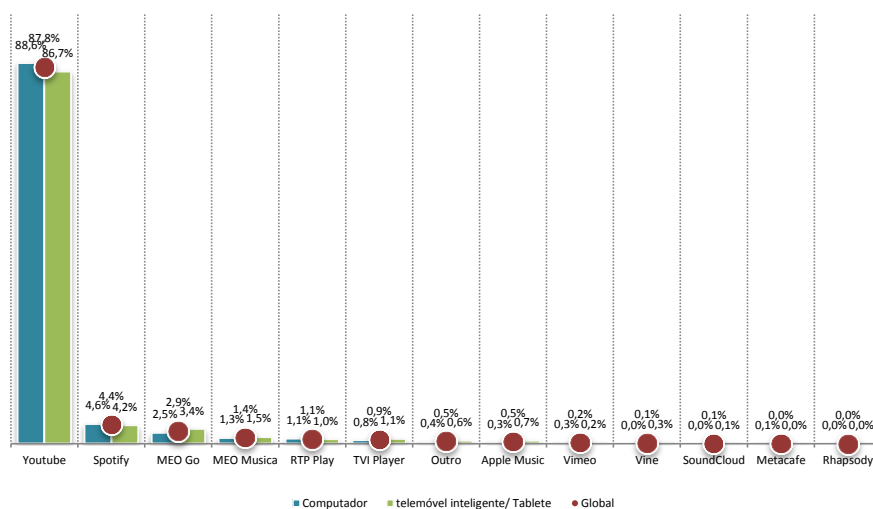





Fig. 5.2.3.14 - Serviço de Audiovisual mais utilizado

Redes sociais - Redes utilizadas

Quando questionados relativamente às redes sociais utilizadas, a grande maioria dos inquiridos revela utilizar o Facebook (quadro 5.2.3.15), identificando esta rede social como a rede mais utilizada (figura 5.2.3.16).

Note-se que os utilizadores de computador tendem a utilizar mais as redes sociais Facebook, LinkedIn, Google Plus e Twitter do que os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, enquanto a rede social Instagram é mais utilizada pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete. De salientar ainda que existem mais utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete a não utilizar redes sociais do que utilizadores de computador.

			
Facebook	91,5%	93,2%	89,5%
Instagram	29,9%	27,4%	32,6%
LinkedIn	21,1%	24,8%	16,9%
Google Plus	18,5%	20,2%	16,7%
Twitter	16,7%	18,9%	14,3%
Pinterest	11,0%	11,9%	10,1%
Tumblr	7,1%	7,9%	6,1%
Myspace	2,5%	2,9%	2,1%
Flirck	2,0%	2,5%	1,5%
Nenhum	6,1%	4,9%	7,5%
Outro	0,8%	1,0%	0,6%

Quadro 5.2.3.15 - Redes Sociais utilizadas

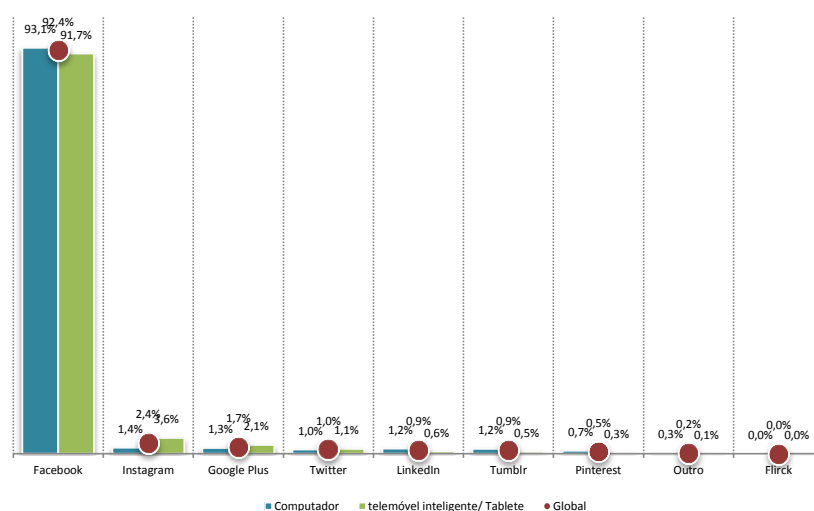





Fig. 5.2.3.16 - Redes Sociais mais utilizada

Partilha e armazenamento de ficheiros - Serviços utilizados

O quadro 5.2.3.17 apresenta os serviços de partilha e armazenamento de ficheiros utilizados em Portugal. Pela análise deste quadro verifica-se que os serviços mais utilizados são o Dropbox e o Google Drive, tanto pelos utilizadores de computador, como pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete. De salientar também que os utilizadores de computador tendem a utilizar mais os serviços Dropbox, Google Drive, OneDrive e Team Viewer. Note-se ainda, que cerca de 28% dos utilizadores de computador e 37% dos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete referem não utilizar serviços de partilha e armazenamento de ficheiros.

De entre o conjunto de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros, verifica-se que, quer para os utilizadores de computador, quer para os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, o serviço mais utilizado é o Dropbox (figura.2.3.17).

			
Dropbox	39,7%	42,4%	36,7%
Google Drive	38,8%	41,5%	35,8%
OneDrive	18,3%	20,1%	16,3%
iCloud	10,8%	10,3%	11,4%
MEO Cloud	10,6%	11,6%	9,4%
Office 365	8,4%	9,1%	7,6%
Team Viewer	7,9%	9,0%	6,7%
Google Hangouts	4,2%	4,2%	4,1%
Salesfoce	0,3%	0,3%	0,2%
Nenhum	32,4%	28,2%	37,0%
Outro	1,4%	1,7%	1,1%

Quadro 5.2.3.17 -Serviços de Partilha e Armazenamento de ficheiros utilizados

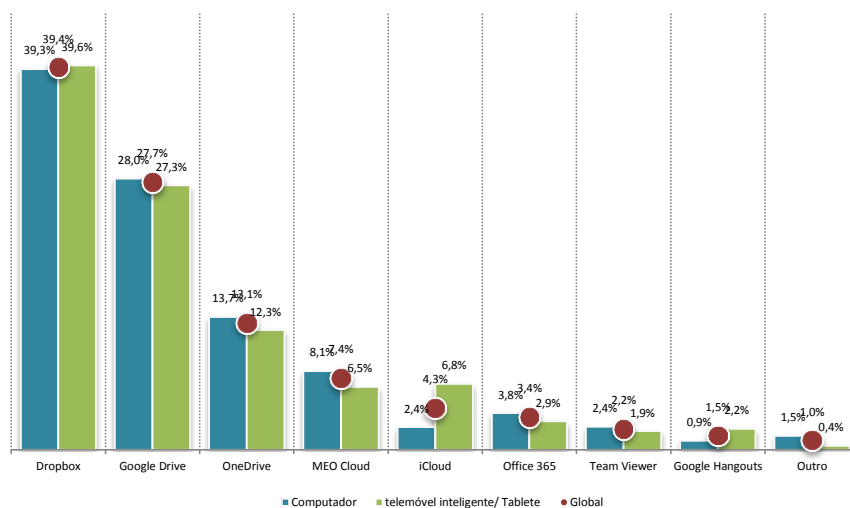





Fig. 5.2.3.18 - Serviços de Partilha e Armazenamento de Ficheiros mais utilizado

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico - Serviços utilizados

O quadro 5.2.3.19 apresenta os motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados em Portugal, verificando-se que a quase totalidade dos inquiridos revela utilizar o motor de busca Google. De salientar que os utilizadores de computador tendem a consumir mais os serviços Bing, Ask, Amazon, Ebay, OLX e Wikipedia do que os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, verificando-se ainda que existe uma maior proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete que não utiliza motores de busca e serviços de comércio eletrónico do que a proporção registada pelos utilizadores de computador. Note-se ainda, que o Google surge como o motor de busca mais utilizado (figura 5.2.3.20).

			
Google	95,8%	96,5%	95,0%
OLX	44,9%	48,5%	40,8%
Wikipedia	34,3%	38,5%	29,5%
Sapo	31,0%	32,3%	29,5%
Ebay	24,3%	26,7%	21,7%
Amazon	12,2%	14,4%	9,9%
Bing	11,4%	12,9%	9,6%
Yahoo	9,5%	10,3%	8,6%
Groupon	8,9%	9,8%	7,9%
Ask	5,1%	5,8%	4,2%
Nenhum	2,3%	1,5%	3,2%
Outro	1,4%	1,6%	1,1%

Quadro 5.2.3.19 - Motores de busca e serviço de comércio eletrônico utilizados

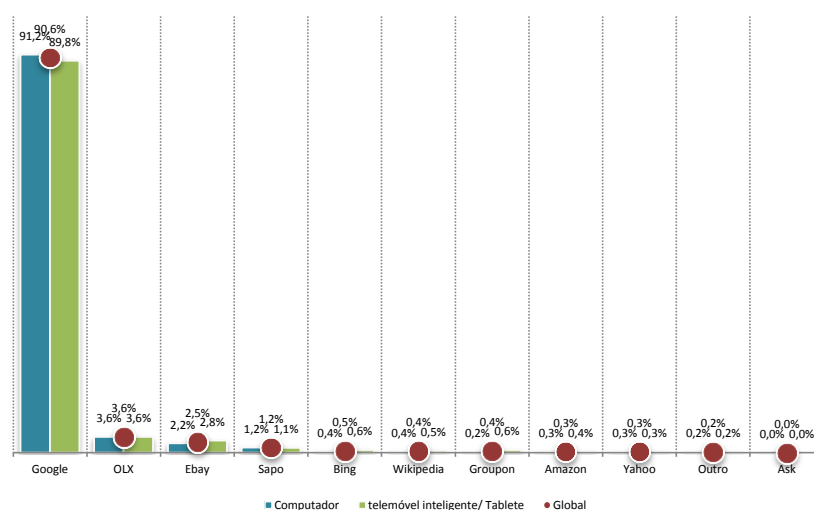


Fig. 5.2.3.20 - Motores de busca e serviço de comércio eletrônico mais utilizado

VoIP - Motivos de adesão

Os utilizadores de serviço VoIP foram questionados relativamente aos principais motivos que levaram à adesão/ utilização do serviço VoIP mais utilizado (figura 5.2.3.21). Deste modo, verifica-se que, de uma forma global, os principais motivos de utilização são a facilidade de acesso a serviços VoIP e as funcionalidades do serviço. Note-se ainda que os utilizadores de computador tendem a mencionar mais a realização de videochamadas como motivo de adesão/ utilização de serviços VoIP do que os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

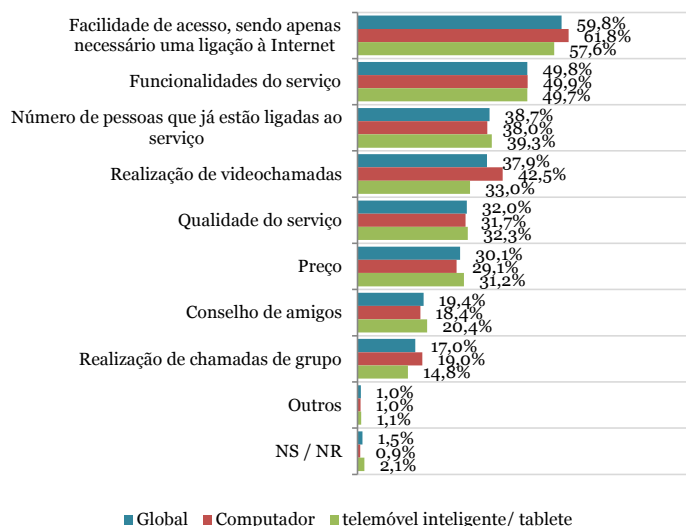


Fig. 5.2.3.21- Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP (em %)

Mensagens instantâneas - Motivos de adesão

Aos utilizadores de serviços de mensagens instantâneas foram questionados os principais motivos para a adesão/ utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado (figura 5.2.3.22). Desta forma, verifica-se que a maioria dos utilizadores aponta como principais motivos de utilização a facilidade de acesso a serviços de mensagens instantâneas, as funcionalidades destes serviços e ainda o número de pessoas que já estão ligadas ao serviço. Note-se ainda que existe uma maior proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete que apontam a qualidade do serviço como motivo de adesão/ utilização do serviço de mensagens instantâneas do que de utilizadores de computador.

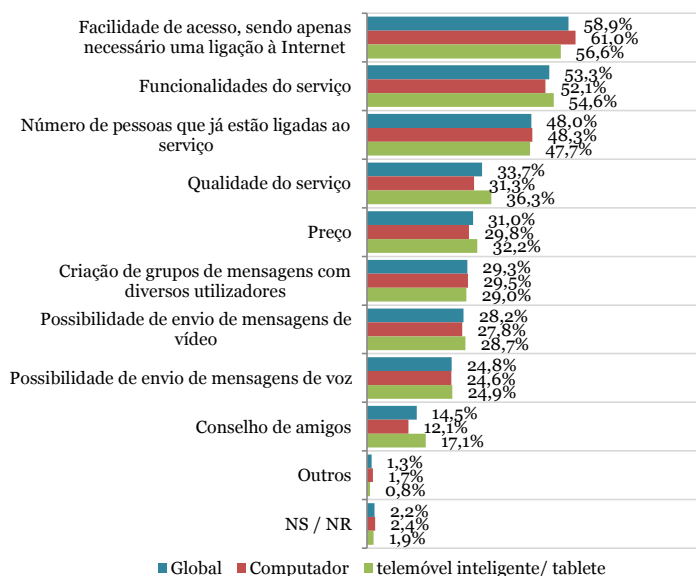


Fig. 5.2.3.22 - Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas (em %)

Serviços audiovisuais - Motivos de adesão

Os utilizadores de serviços de audiovisual foram questionados relativamente aos principais motivos que levaram à adesão/ utilização do serviço audiovisual mais utilizado (figura 5.2.3.23). Deste modo, verifica-se que os motivos mais referidos pelos utilizadores de serviços de audiovisual são as funcionalidades do serviço, a qualidade do serviço e o preço do mesmo.

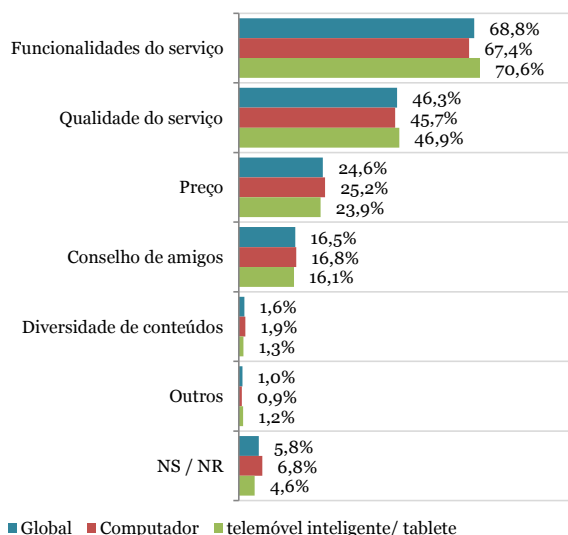


Fig. 5.2.3.23 - Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual (em %)

Redes sociais - Motivos de adesão

Os utilizadores de redes sociais foram questionados quanto aos principais motivos que levaram à adesão/ utilização da rede social mais utilizada (figura 5.2.3.24). Desta forma, verifica-se que os principais motivos para a utilização de redes sociais são o número de pessoas que já estão ligados a determinada rede social e ainda as funcionalidades da mesma.

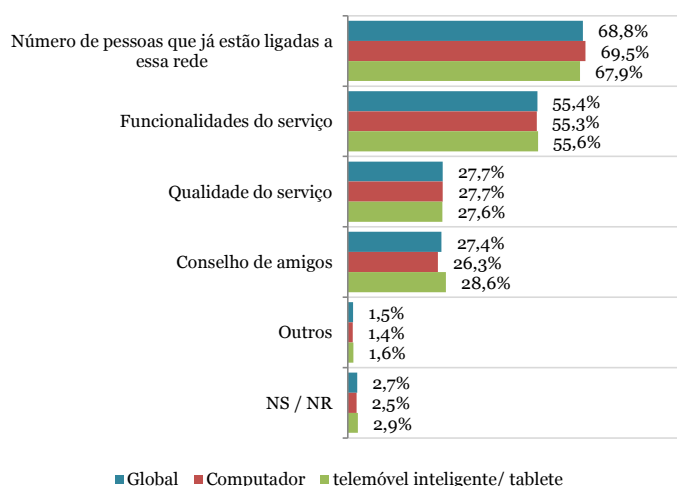


Fig. 5.2.3.24 - Motivos de adesão/ utilização de redes sociais (em %)

Partilha e armazenamento de ficheiros - Motivos de adesão

Os utilizadores de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros foram questionados relativamente aos principais motivos que levaram à adesão/ utilização do serviço mais utilizado (figura 5.2.3.25). Deste modo, verifica-se que, de uma forma global, os principais motivos para a utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros são as funcionalidades do serviço e a qualidade do mesmo. Note-se ainda que para os motivos de utilização do serviço em qualquer dispositivo com acesso à Internet e partilha de ficheiros entre grupos de utilizadores são registadas maiores proporções de resposta de utilizadores de computador do que de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

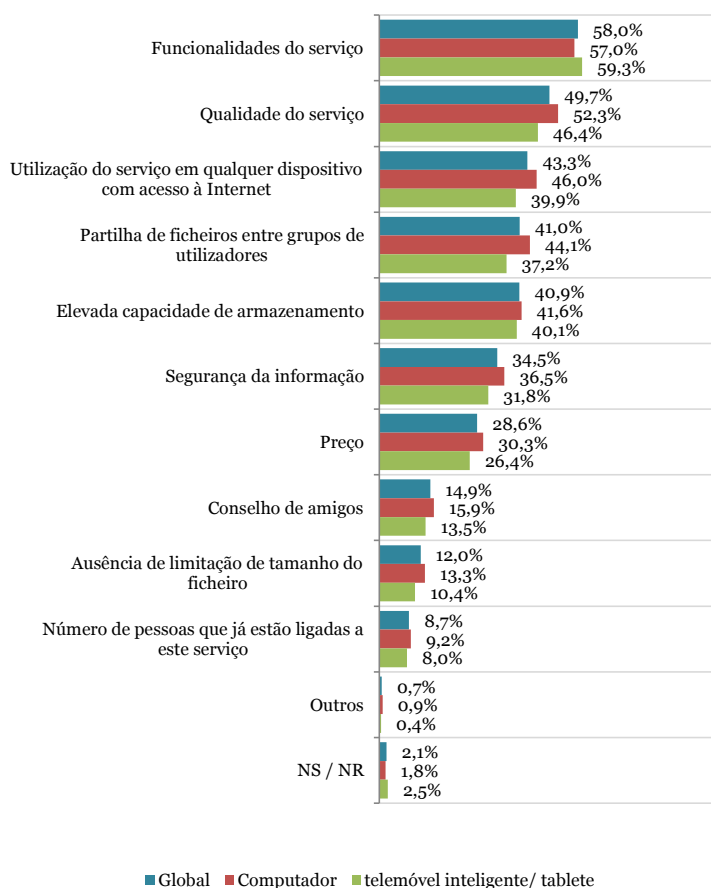


Fig. 5.2.3.25 - Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (em %)

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico - Motivos de adesão

Os utilizadores de motores de busca e serviços de comércio eletrónico foram questionados relativamente aos principais motivos que levaram à adesão/ utilização do serviço mais utilizado (figura 5.2.3.26). Deste modo, verifica-se que, de uma forma global, os principais motivos para a utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico são as funcionalidades, a qualidade do serviço e ainda a rápida resposta ao pedido de informação. Note-se ainda que a proporção de utilizadores de computador que referem como motivos de adesão/ utilização a qualidade do serviço, a rápida resposta ao pedido de informação e as diversas fontes de informação é superior à proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

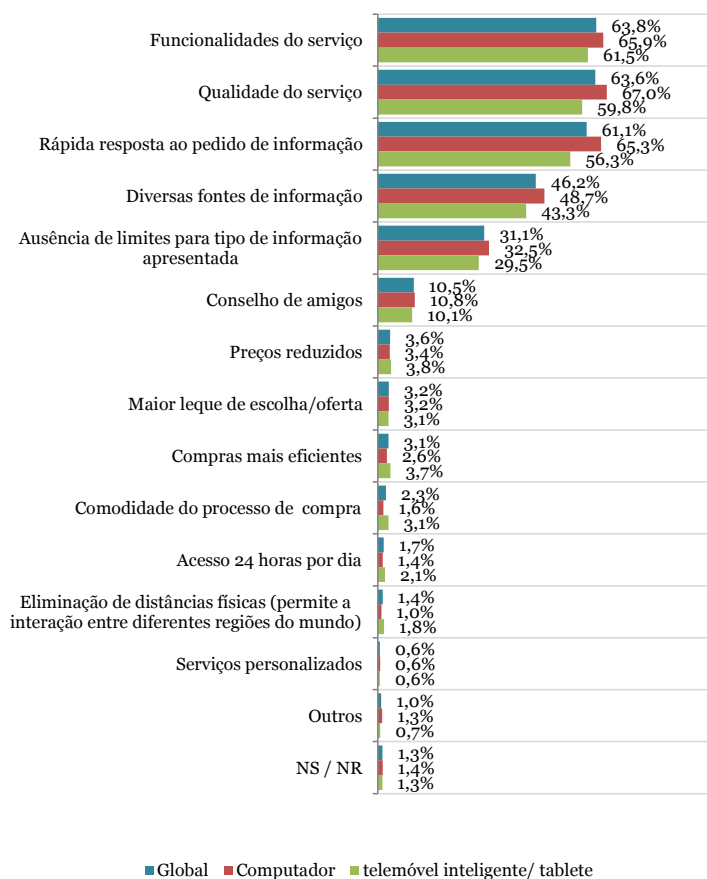


Fig. 5.2.3.26 - Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (em %)

No decorrer do estudo os inquiridos foram questionados relativamente a serviços, aplicações e conteúdos que não estão disponíveis em Portugal e que gostariam de ver disponibilizados. Deste modo, é possível verificar que a grande maioria dos inquiridos revela interesse em ver o serviço de audiovisual Netflix disponibilizado em Portugal, seguindo-se os serviços Uber e Vevo.

Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal

Serviço	Smartphone	Tablet	Desktop
Netflix	38,4%	39,9%	36,8%
Uber	33,8%	33,6%	34,0%
Vevo	29,5%	28,6%	30,5%
Pandora	13,2%	12,6%	13,8%
Amazon Instant Video	12,3%	12,4%	12,2%
ChatOn	10,9%	10,7%	11,3%
Sky Go	10,4%	9,7%	11,1%
HBO Go	9,8%	9,1%	10,6%
BBC iplayer	8,4%	8,2%	8,5%
Hulu	5,8%	6,6%	4,9%
Wasabee	5,1%	4,9%	5,3%
Wuaki TV	1,4%	0,9%	2,0%
Nenhum	37,0%	36,6%	37,4%
Outro	0,1%	0,1%	0,1%

Quadro 5.2.3.27 - Serviços OTT que não estão disponíveis em Portugal e que o inquirido conhece (em %)

Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal

Serviço	Smartphone	Tablet	Desktop
Netflix	74,5%	74,2%	74,9%
HBO Go	52,6%	49,7%	55,3%
BBC iplayer	48,6%	54,2%	42,5%
Amazon Instant Video	45,7%	47,7%	43,3%
Sky Go	45,2%	44,9%	45,6%
Vevo	44,8%	43,4%	46,3%
Uber	42,6%	42,1%	43,2%
Hulu	39,5%	36,3%	44,4%
ChatOn	36,1%	37,4%	34,8%
Pandora	35,0%	34,2%	35,9%
Wuaki TV	33,6%	42,1%	29,3%
Wasabee	31,2%	32,4%	29,9%
Nenhum	19,2%	18,6%	19,8%
Outro	39,1%	0,0%	62,1%

Quadro 5.2.3.28 - Serviços OTT que não estão disponíveis em Portugal e que o inquirido gostaria de ver disponível (em %)

VoIP - Tempo médio de utilização

A figura 5.2.3.29 apresenta o tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP, por períodos temporais. Globalmente, verifica-se que, para os quatro períodos em análise, a maioria dos utilizadores de serviços VoIP revela depender, em média, entre 1 minuto e 1 hora, por dia. Note-se que, quer para os utilizadores de computador, quer para os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, é nos dias de fim-de-semana que se registam mais minutos de utilização de serviços VoIP. De destacar ainda que, de uma forma global, os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete dependem, em média, mais minutos com a utilização de serviços VoIP do que os utilizadores de computador.

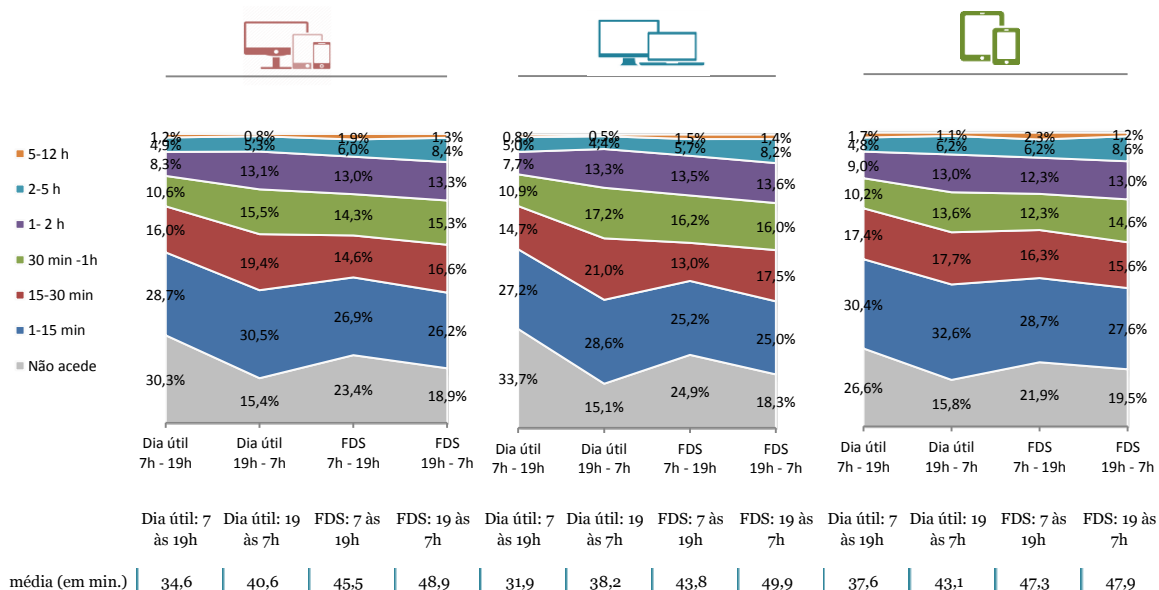


Fig. 5.2.3.29 - Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP

Mensagens instantâneas - Tempo médio de utilização

Na figura 5.2.3.30 é apresentado o tempo médio dedicado à utilização de serviços de mensagens instantâneas. Para os quatro períodos em análise, verifica-se que, em média, os inquiridos revelam depender entre 1 minuto e 1 hora, por dia, na utilização de serviços de mensagens instantâneas. Os inquiridos revelam ainda que é em dias de fim-de-semana que dependem mais minutos com a utilização destes serviços OTT. Importa ainda salientar que, tal como se verifica nos serviços VoIP, os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete dependem, em média, mais minutos na utilização de serviços de mensagens instantâneas do que os utilizadores de computador.

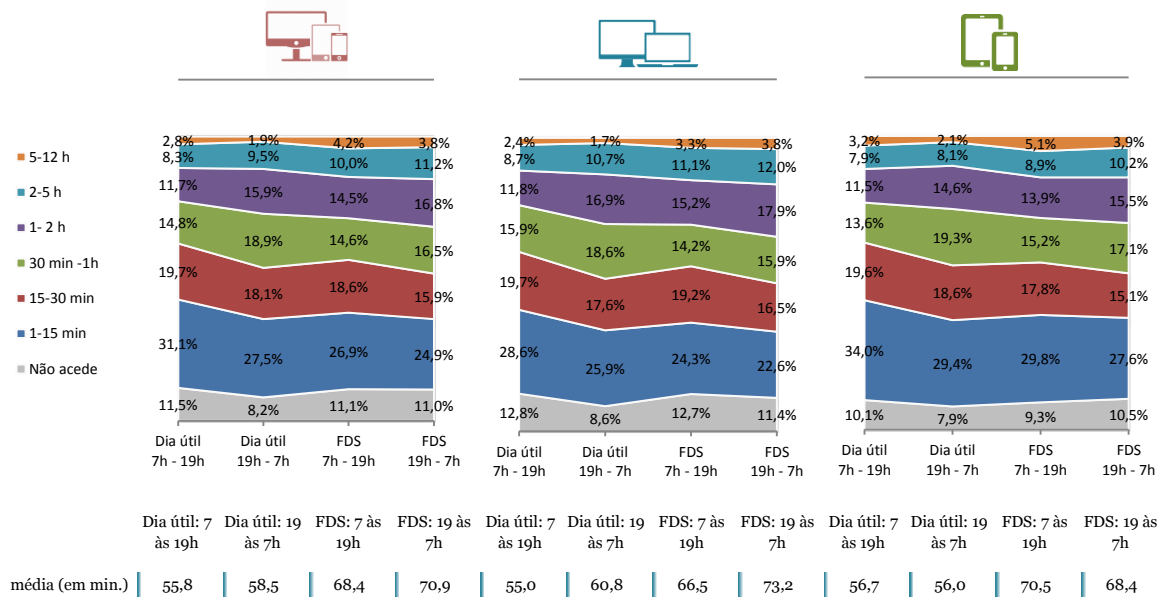


Fig. 5.2.3.30 - Tempo médio dedicado à utilização de serviços de Mensagens Instantâneas

Na figura 5.2.3.30 é apresentado o tempo médio dedicado à utilização de serviços de mensagens instantâneas. Para os quatro períodos em análise, verifica-se que, em média, os inquiridos revelam depender entre 1 minuto e 1 hora, por dia, na utilização de serviços de mensagens instantâneas. Os inquiridos revelam ainda que é em dias de fim-de-semana que despendem mais minutos com a utilização destes serviços OTT. Importa ainda salientar que, tal como se verifica nos serviços VoIP, os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete despendem, em média, mais minutos na utilização de serviços de mensagens instantâneas do que os utilizadores de computador.

Serviços audiovisuais - Tempo médio de utilização

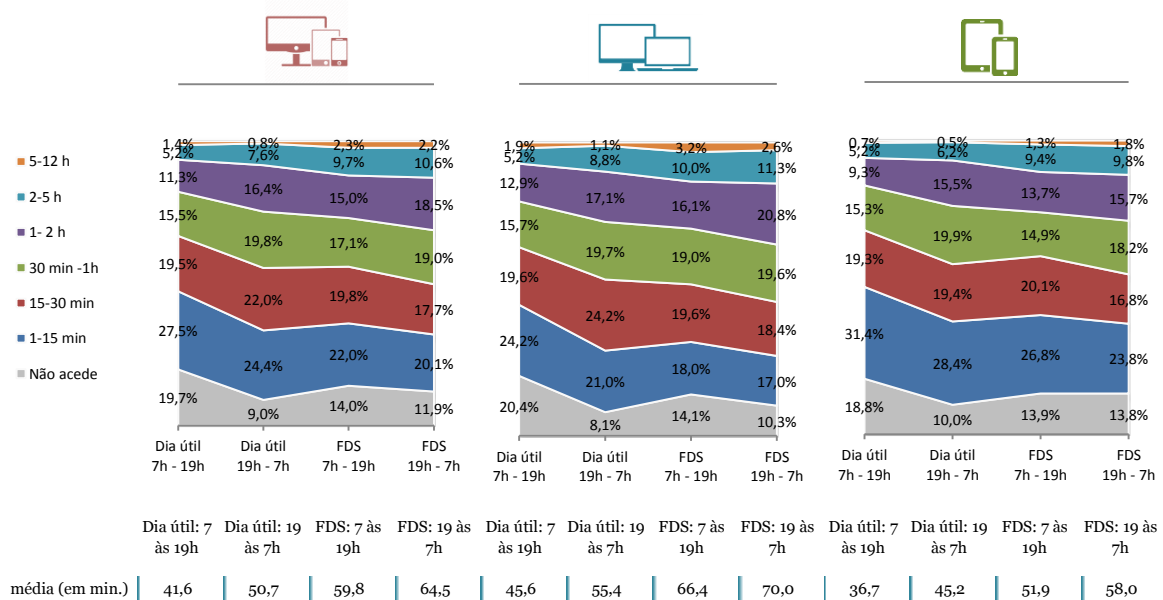


Fig. 5.2.3.31 - Tempo médio dedicado à utilização de serviços de Audiovisual

Na figura 5.2.3.31 é apresentado o tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual. Para os quatro períodos em análise, verifica-se que, em média, os inquiridos revelam despende entre 1 minuto e 1 hora, por dia, na utilização de serviços de audiovisual. De um modo global, constata-se que os maiores tempos de consumo são registados em dias de fim-de-semana, principalmente no período das 19 às 7 horas. Note-se que, para os quatro períodos em estudo, os utilizadores de computador consomem, em média, mais minutos de serviços de audiovisual do que os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, contrariamente ao verificado para os serviços OTT anteriores: VoIP e mensagens instantâneas.

Redes sociais - Tempo médio de utilização

A figura 5.2.2.32 apresenta o tempo médio dedicado à utilização de redes sociais. Pela análise desta figura, verifica-se que, para os quatro períodos em análise, os inquiridos revelam despende, em média, até 2 horas, por dia. Note-se que, à semelhança dos serviços OTT anteriormente referidos, o maior consumo de redes sociais é registado no período de fim-de-semana. Importa ainda salientar que, globalmente, os utilizadores de computador despendem, em média, mais minutos com a utilização de redes sociais do que os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

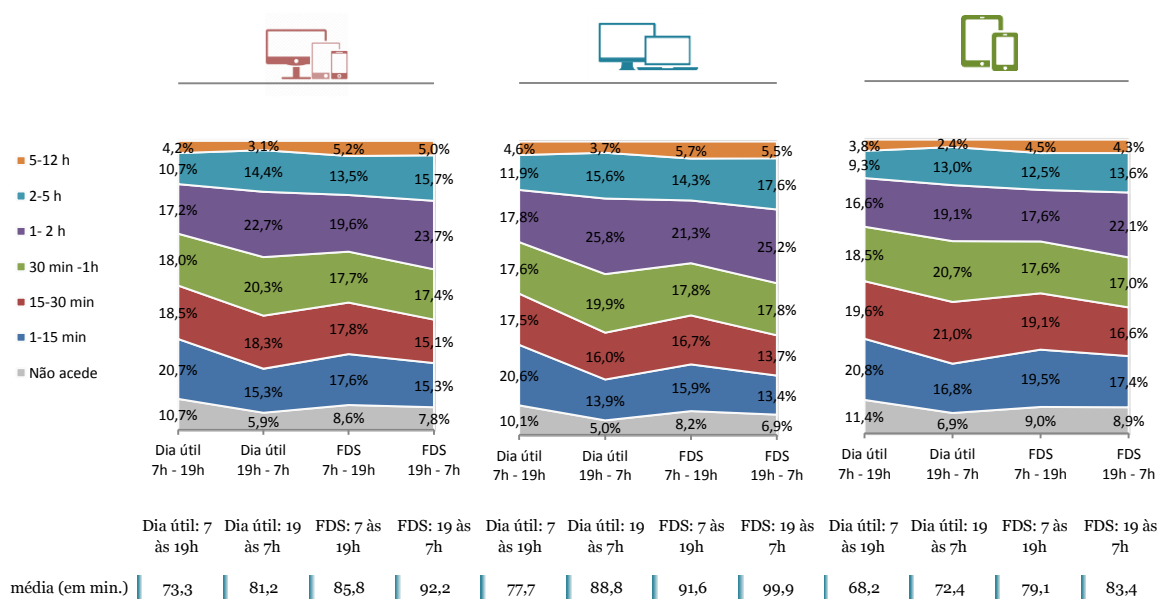


Fig. 5.2.3.32 - Tempo médio dedicado à utilização de Redes Sociais

Partilha e armazenamento de ficheiros - Tempo médio de utilização

Pela análise da figura 5.2.3.33 verifica-se que, para os quatro períodos em estudo, a maioria dos inquiridos revela despende, por dia, entre 1 a 30 minutos com a utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros. Contrariamente ao verificado nos serviços OTT anteriormente referidos, verifica-se que, em média, o maior consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros é registado nos dias úteis, com particular destaque para o período das 7 às 19 horas. Constata-se ainda que, para os serviços de partilha e armazenamento de ficheiros, o tempo médio despendido pelos utilizadores de computador e pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete é muito semelhante, sendo o único serviço OTT onde esta situação se verifica

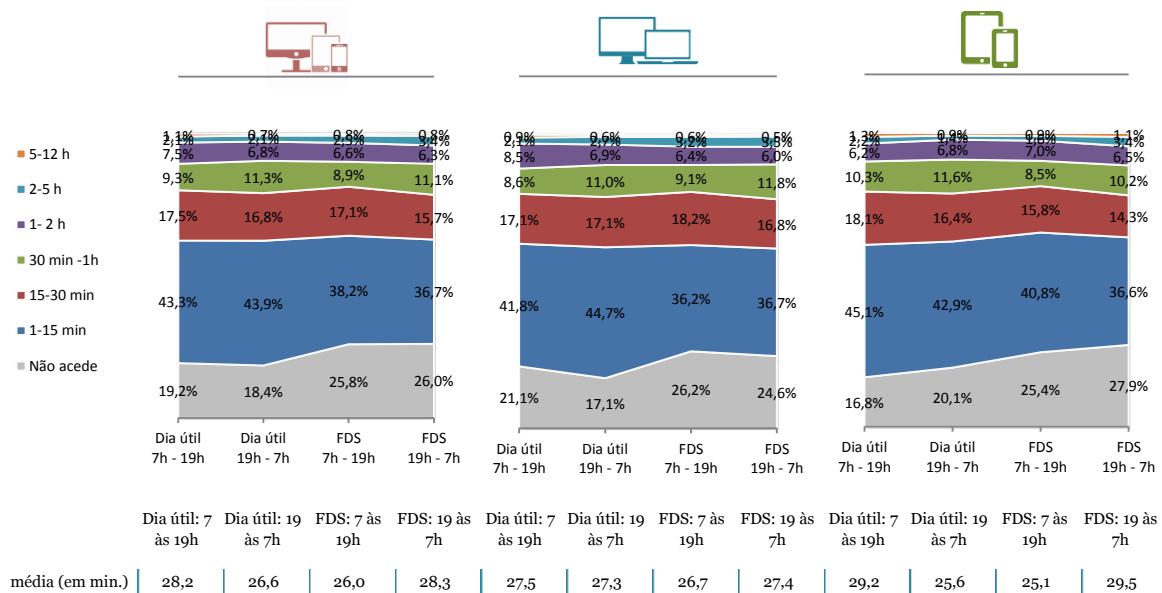


Fig. 5.2.3.33 - Tempo médio dedicado à utilização de serviços de Partilha e Armazenamento de Ficheiros

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico - Tempo médio de utilização

Pela análise da figura 5.2.3.34 verifica-se que, para os quatro períodos em estudo, a maioria dos inquiridos revela depender até 2 horas, por dia, com a utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico. De entre os quatro períodos em análise, destaca-se o consumo dos utilizadores de computador em dias de fim-de-semana no período das 19 às 7 horas (cerca de 79 minutos por dia). Por fim, importa salientar que os utilizadores de computador revelam depender em média mais minutos na utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico do que os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

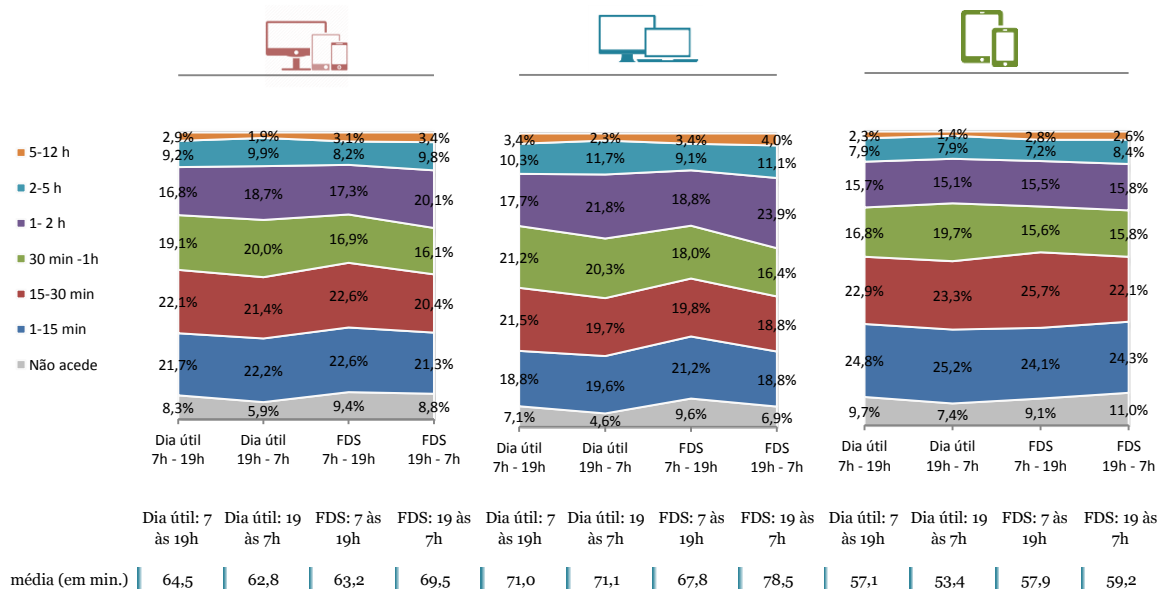


Fig. 5.2.3.34 - Tempo médio dedicado à utilização de Motores de Busca e Comércio Eletrónico

VoIP - Serviços pagos e gratuitos

Na figura 5.2.3.35 estão apresentados os diferentes serviços VoIP utilizados, distinguindo-se serviços pagos de serviços gratuitos. Desta forma, verifica-se que, predominantemente, os inquiridos revelam que os serviços VoIP utilizados são de utilização gratuita. A exceção é verificada no serviço Skypeout, onde 38,2% dos utilizadores de telemóvel inteligente/tablete revelam pagar pela utilização do serviço.

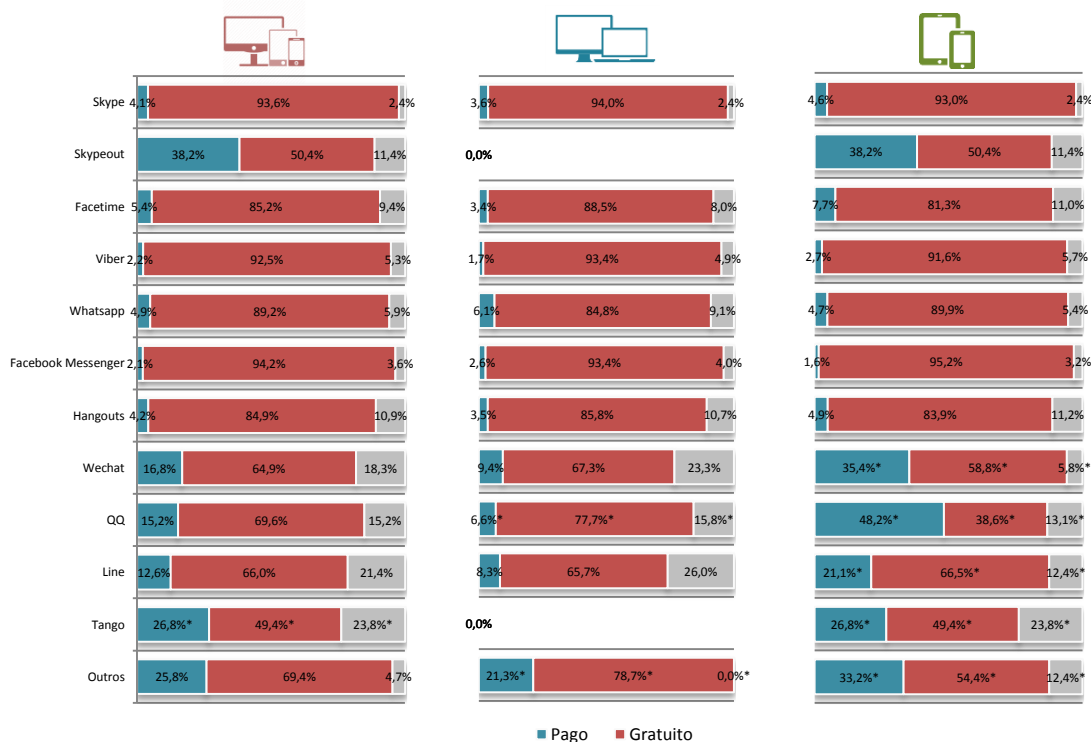


Fig. 5.2.3.35 - Serviços VoIP pagos e gratuitos

Ao conjunto de inquiridos que revelou que a utilização do serviço VoIP mais utilizado é gratuita foi questionada a disponibilidade em pagar para continuar a utilizar este serviço (figura 5.2.3.36), assim como qual o valor máximo que estariam dispostos a pagar (figura 5.2.3.37). Deste modo, constata-se que a grande maioria dos inquiridos revela não estar disposto a pagar pela utilização do serviço VoIP mais utilizado.

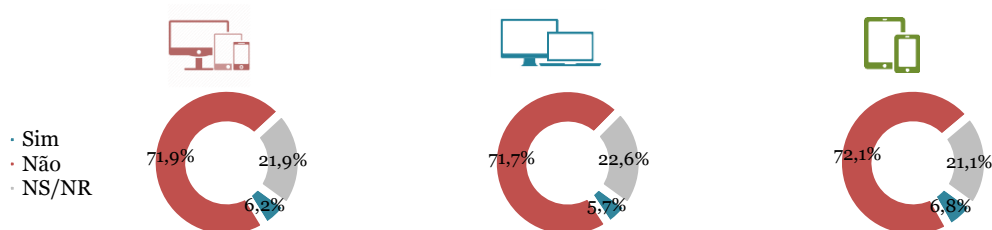


Fig. 5.2.2.36 - Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

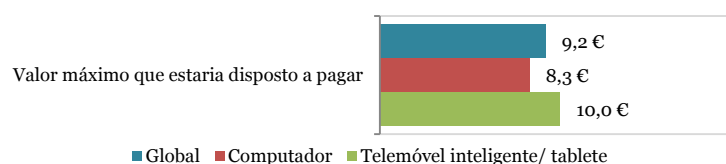


Fig. 5.2.3.37 - Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Mensagens instantâneas - Serviços pagos e gratuitos

Na figura 5.2.3.38 estão apresentados os diferentes serviços de mensagens instantâneas utilizados, distinguindo-se serviços pagos de serviços gratuitos. Pela análise desta figura, é possível verificar que a esmagadora maioria dos serviços de mensagens instantâneas utilizados são de utilização gratuita.

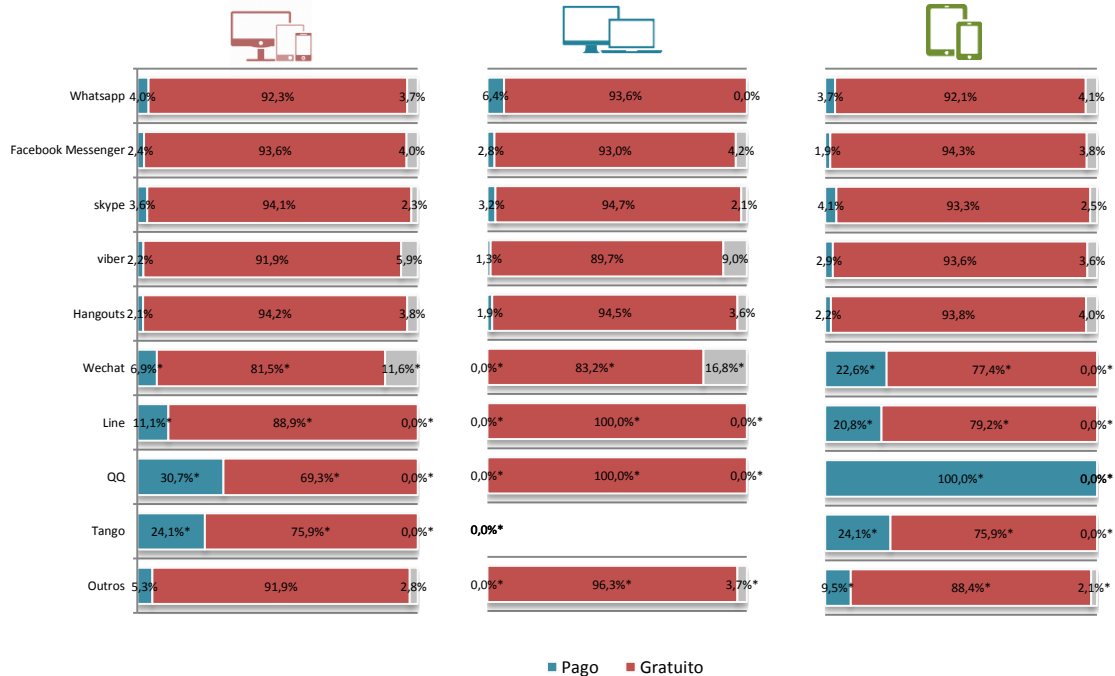


Fig. 5.2.3.38 - Serviços de Mensagens Instantâneas pagos e gratuitos

Ao conjunto de inquiridos que revelou que a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado é gratuita foi questionada a disponibilidade em pagar para continuar a utilizar este serviço (figura 5.2.3.39), sendo ainda questionado o valor máximo que estariam dispostos a pagar (figura 5.2.3.40). Deste modo, constata-se que a grande maioria dos inquiridos revela não estar disposto a pagar pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado. No entanto, existe uma maior percentagem de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete dispostos a pagar pela utilização do serviço de mensagens instantâneas.

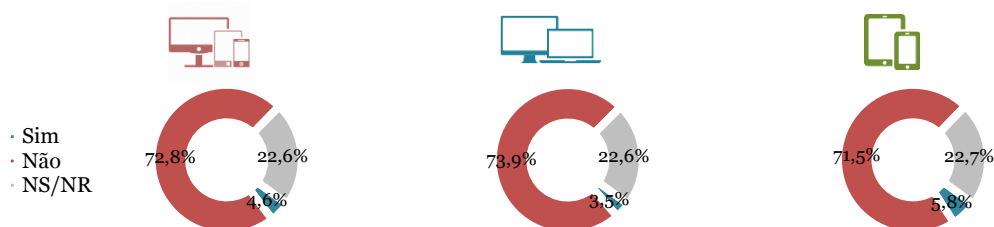


Fig. 5.2.3.39 - Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

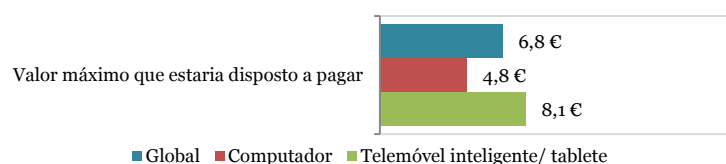


Fig. 5.2.3.40 - Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Serviços audiovisuais - Serviços pagos e gratuitos

Pela análise da figura 5.2.3.41 constata-se que a maioria dos serviços de audiovisual utilizados é de utilização gratuita. Note-se, no entanto, que os serviços nos quais mais inquiridos indicaram pagar pelos mesmos foram o Meo Musica no caso do computador e o Apple Music no caso do telemóvel inteligente/ tablete. Observa-se ainda que, independentemente do equipamento utilizado, o serviço mais indicado ser pago é o Meo GO.

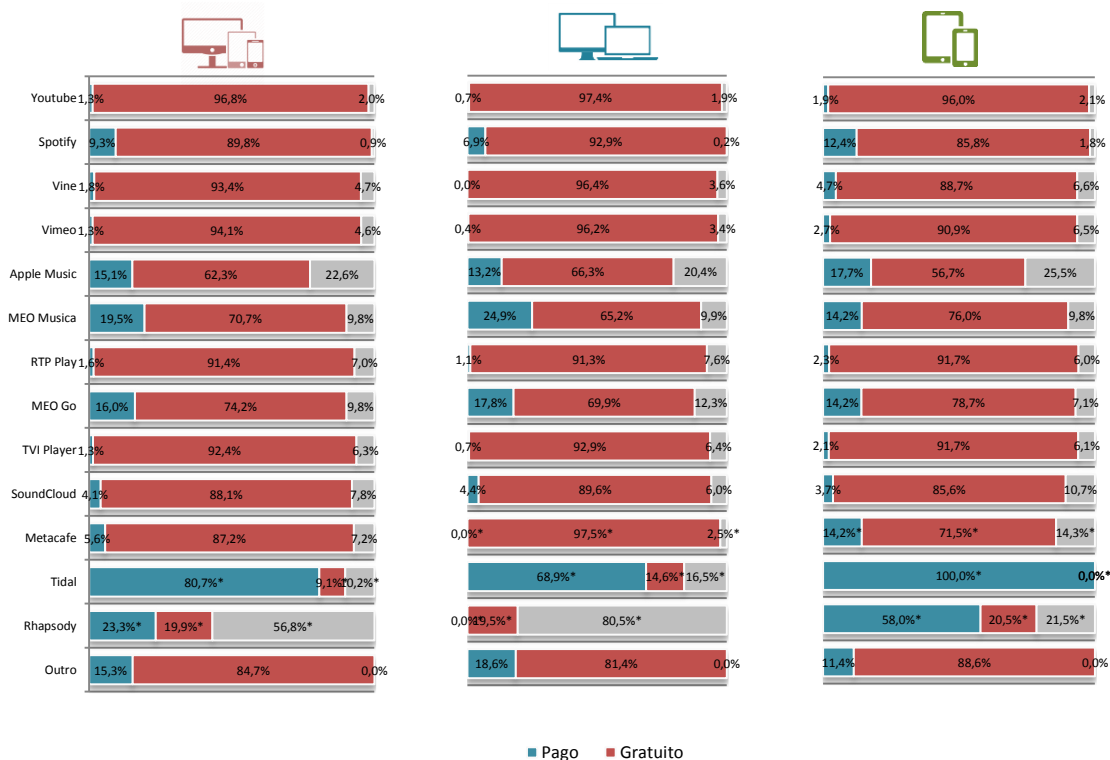


Fig. 5.2.3.41 - Serviços de Audiovisual pagos e gratuitos

Ao conjunto de inquiridos que revelou que a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado é gratuita foi questionada a disponibilidade em pagar para continuar a utilizar este serviço (figura 5.2.3.42), sendo também questionado o valor máximo que estariam dispostos a pagar (figura 5.2.3.43). Deste modo, constata-se que a grande maioria dos inquiridos revela não estar disposto a pagar pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado.

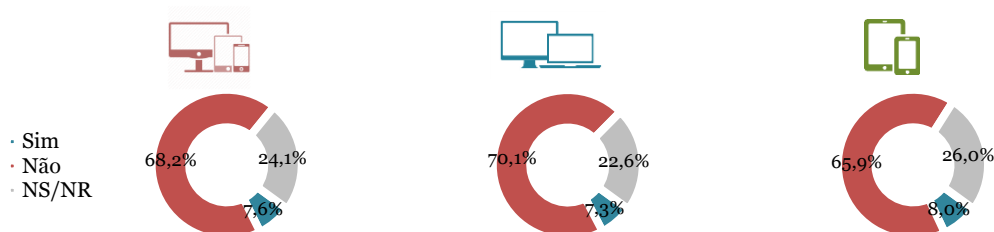


Fig. 5.2.3.42 - Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

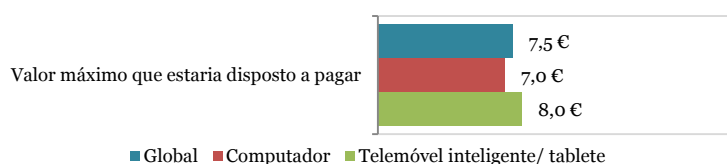


Fig. 5.2.3.43 - Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

Redes sociais - Redes pagas e gratuitas

Pela análise da figura 5.2.3.44 constata-se que a quase totalidade dos inquiridos afirma que as redes sociais utilizadas são de utilização gratuita.

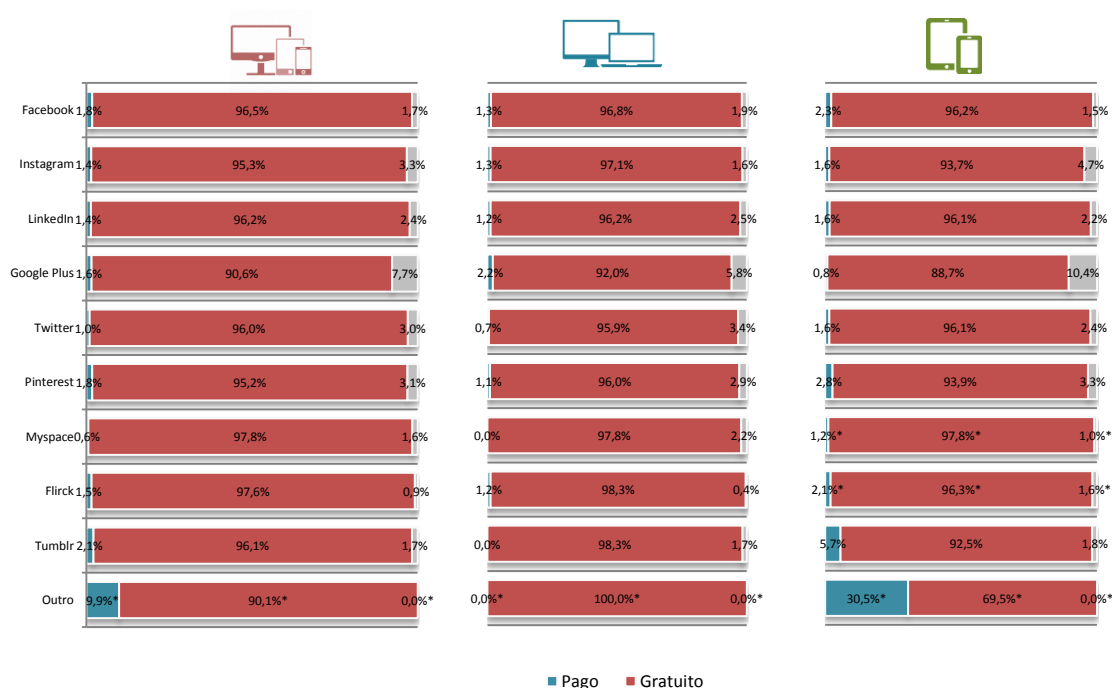


Fig. 5.2.3.44 - Redes Sociais pagas e gratuitas

Ao conjunto de inquiridos que revelou não pagar pela utilização da rede social mais utilizada foi questionada a disponibilidade em pagar para continuar a utilizar este serviço (figura 5.2.3.45), sendo igualmente questionado o valor máximo que estariam dispostos a pagar (figura 5.2.3.46). Deste modo, constata-se que a grande maioria dos inquiridos revela não estar disposto a pagar pela utilização do serviço da rede social mais utilizada.

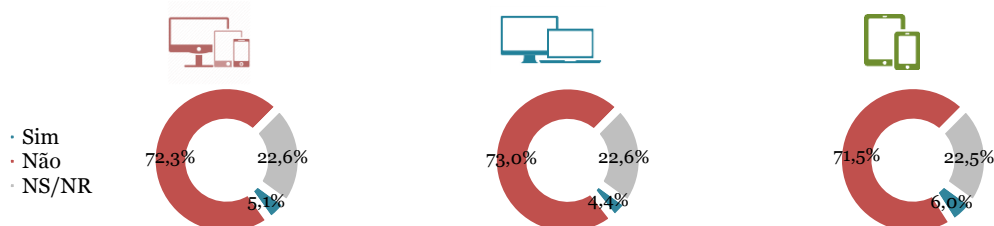


Fig. 5.2.3.45 - Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

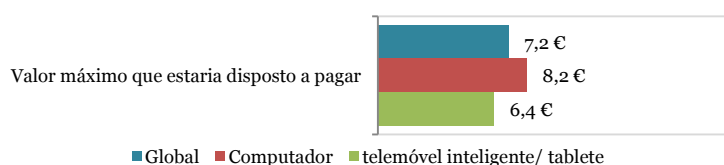


Fig. 5.2.3.46 - Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

Partilha e armazenamento de ficheiros - Serviços pagos e gratuitos

Na figura 5.2.3.47 estão apresentados os diferentes serviços de partilha e armazenamento de ficheiros utilizados, distinguindo-se serviços pagos de serviços gratuitos. Através da análise desta figura é possível verificar que, de uma forma global, os serviços de partilha e armazenamento de ficheiros utilizados são de utilização gratuita. Note-se, no entanto, que cerca de 20% dos utilizadores de computador e cerca de 14% dos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete afirmam pagar pela utilização do serviço Office 365.

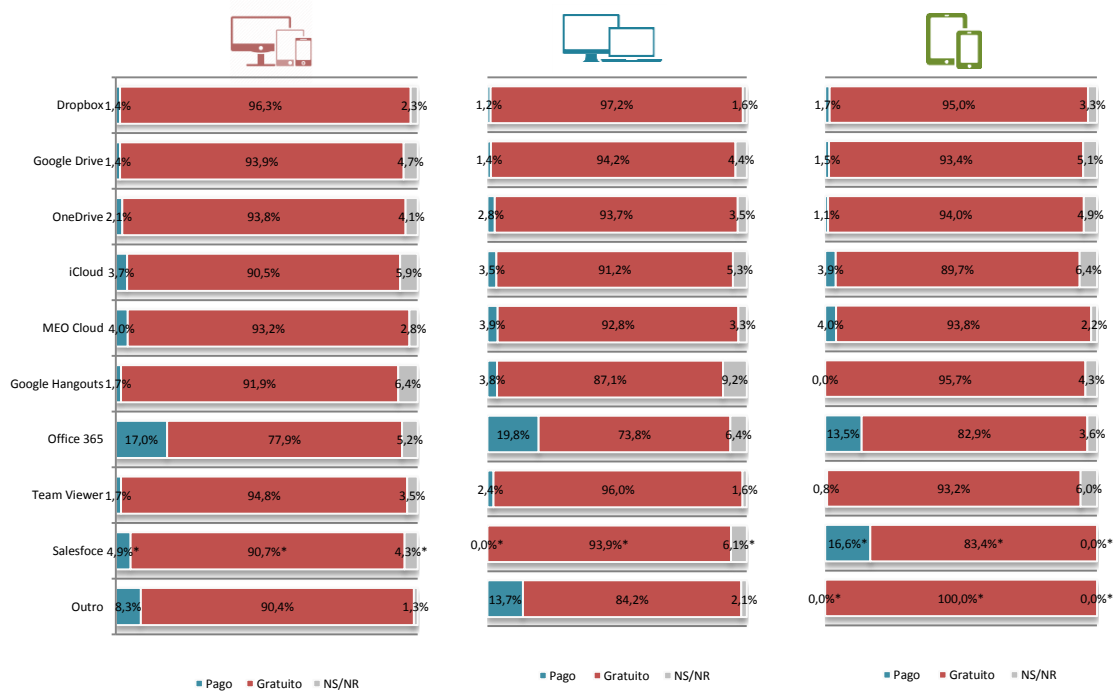


Fig. 5.2.3.47 - Serviços de Partilha e Armazenamento de Ficheiros pagos e gratuitos

Ao conjunto de inquiridos que revelou não pagar pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado foi questionada a disponibilidade em pagar para continuar a utilizar este serviço (figura 5.2.3.48), sendo igualmente questionado o valor máximo que estariam dispostos a pagar (figura 5.2.3.49). Deste modo, constata-se que a grande maioria dos inquiridos revela não estar disposto a pagar pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado.

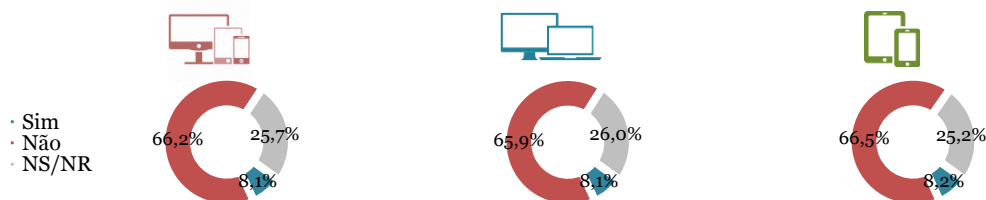


Fig. 5.2.3.48 - Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

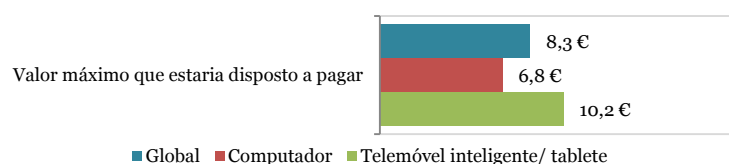


Fig. 5.2.3.49 - Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

O tráfego gratuito é uma prática comercial que permite o acesso a conteúdos, serviços ou aplicações, sem que seja cobrada ou descontada a utilização desses dados. Ou seja, o consumidor pode aceder a determinados conteúdos, serviços ou aplicações sem qualquer custo adicional para além do custo do serviço de Internet móvel.

Em Portugal a oferta de tráfego gratuito ou ilimitado de conteúdos, serviços ou aplicações, é uma prática maioritariamente associada a tarifários "tribais", de que são exemplo a WTF (da operadora NOS), a Moche (da operadora Meo) e a Yorn (da operadora Vodafone).




De modo a conhecer a realidade de serviços de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito em Portugal, os inquiridos do presente estudo foram questionados relativamente aos serviços de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito que atualmente utilizam, por tipo de serviço OTT.

Verificou-se que a proporção de inquiridos que revela que os serviços OTT utilizados são de tráfego gratuito varia entre os 10% e os 80%. Conhecendo a realidade do mercado das telecomunicações, estes resultados parecem pouco verosímeis o que parece ser um indicativo de que os utilizadores do serviço de Internet não conhecem em profundidade o conceito de tráfego gratuito.

5.2.4 - Perceção do consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços – OTT's e operadores




Neste capítulo são apresentados os níveis médios de satisfação com o operador do serviço de banda larga, a satisfação e qualidade apercebida com o serviço mais utilizado para cada tipo de serviço OTT e ainda a perceção do consumidor acerca da origem de falhas na utilização do serviço. Como complemento desta informação são ainda apresentados os motivos de satisfação e insatisfação com o serviço de banda larga e os motivos de insatisfação com o serviço mais utilizado por tipo de serviço OTT. A análise desta informação permite averiguar a perceção do consumidor quanto à entidade que presta o serviço (OTT vs operador).

No decorrer do estudo, os inquiridos foram questionados relativamente à satisfação global com o operador de Internet fixa (quadro 5.2.4.1) e com o operador de Internet móvel (quadro 5.2.4.2). Para esta avaliação foi utilizada uma escala de 1 a 10, onde 1 significa muito insatisfeito e 10 muito satisfeito .

			
MEO	7,5	7,5	7,5
NOS	7,7	7,7	7,7
Vodafone	8,3	8,3	8,3
Cabovisão	7,2	7,2	7,3
Outro	7,0*	7,0*	6,6*
NS/NR	-	-	-

Quadro 5.2.4.1 - Satisfação com o operador de Internet fixa

Do conjunto de operadores de Internet fixa verifica-se que a Vodafone apresenta os utilizadores mais satisfeitos, enquanto, de forma oposta, as menores avaliações são registadas pela Cabovisão. Note-se, no entanto, que não se verificam diferenças estatisticamente significativas.

			
MEO	7,4	7,4	7,5
NOS	7,6	7,8	7,6
Vodafone	7,8	7,4	7,9
Moche	7,4*	5,8*	7,6*
Yorn	7,5	9,0*	7,5
Lycamobile	5,2*	5,0*	6,0*
Continente Mobile	6,0*	6,0*	-
UZO	6,6*	10,0*	6,1*
Phone-ix	-	-	-
Outro	8,3*	7,3*	8,3*
NS/NR	-	-	-

Quadro 5.2.4.2 - Satisfação com o operador de Internet móvel

No que concerne ao serviço de Internet móvel, verifica-se que para os utilizadores de computador a maior avaliação média de satisfação global é registada no operador NOS (7,8 pontos). Por outro lado, para os utilizadores de telemóvel inteligente / tablete a avaliação média de satisfação global mais elevada é registada no operador Vodafone (7,9 pontos).

Os inquiridos que avaliaram o operador de Internet de forma muito positiva, isto é avaliações de satisfação de 9 e de 10 pontos, foram questionados relativamente aos motivos dessa satisfação. Deste modo, verifica-se que, tanto para os utilizadores de Internet fixa (figura 5.2.4.3), como para os utilizadores de Internet móvel (figura 5.2.4.5), os principais motivos de satisfação com o serviço são a cobertura e velocidade, os preços do serviço e a adequação dos tarifários. Note-se ainda que, a proporção de utilizadores de computador que aponta como motivo de satisfação com o operador de Internet fixa a antiguidade/fidelidade é superior à proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete (37,2% versus 30,1%). Por outro lado, importa salientar que, a proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete que aponta como motivo de satisfação com o operador de Internet móvel a cobertura e velocidade é superior à proporção de utilizadores de computador, enquanto para o motivo proximidade aos clientes é registado um comportamento inverso, com a proporção mais elevada a ser registada pelos utilizadores de computador.

Por outro lado, aos inquiridos que avaliaram o operador do serviço de Internet fixa e o operador do serviço de Internet móvel de forma negativa, ou seja, avaliações de satisfação inferiores a 5 pontos, foram questionados os motivos dessa insatisfação. Desta forma, constata-se que, quer para os utilizadores de Internet fixa (figura 5.2.4.4), quer para os utilizadores de Internet móvel (figura 5.2.4.6), os principais motivos de insatisfação são fruto da qualidade do serviço/ falhas técnicas, do preço/ mensalidade/ promoções e ainda da qualidade da rede/ cobertura.

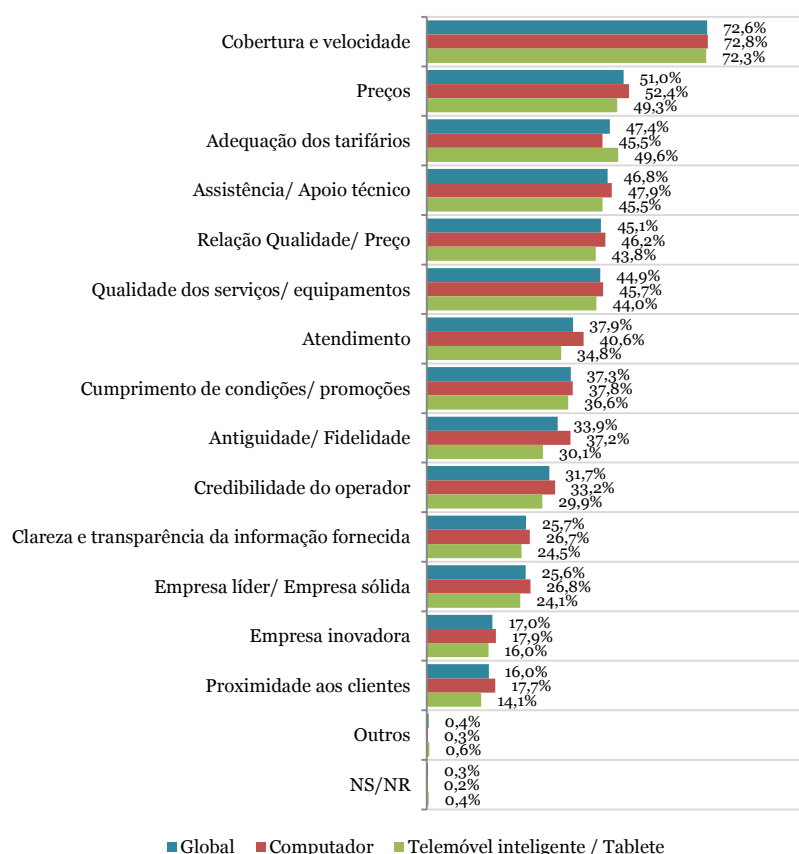


Fig. 5.2.4.3 - Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa

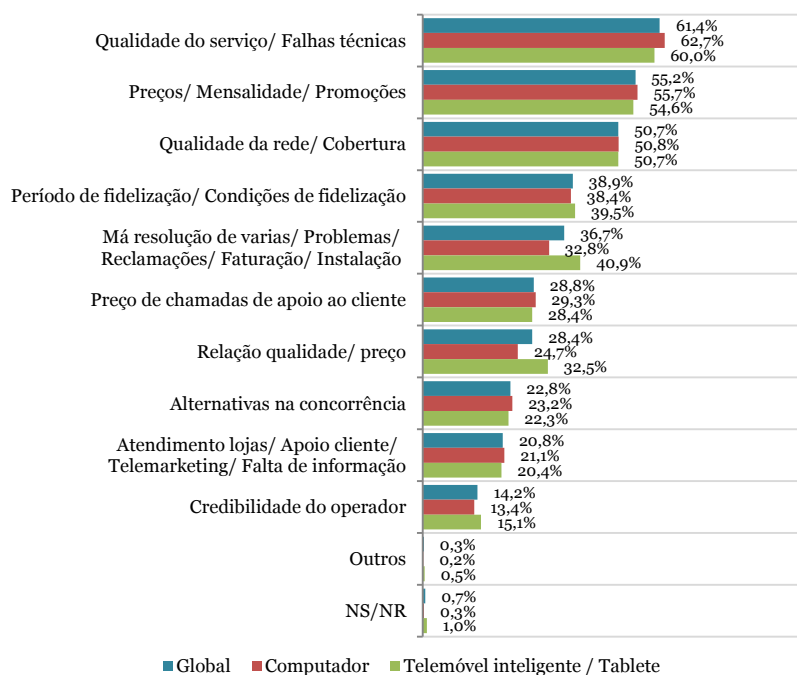


Fig. 5.2.4.4 - Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa

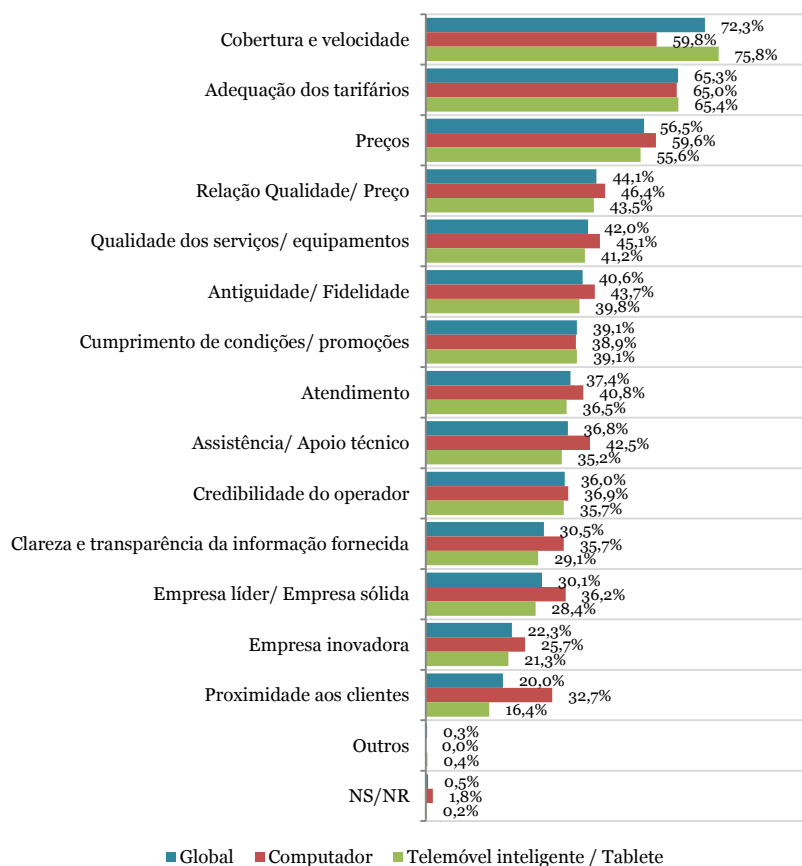


Fig. 5.2.4.5 - Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel

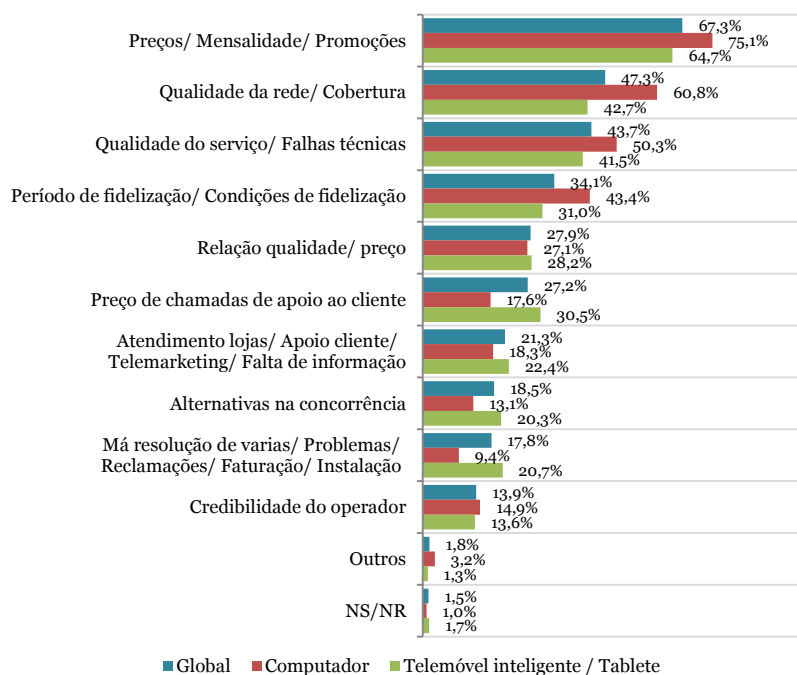


Fig. 5.2.4.6 - Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel

VoIP - Satisfação global

No decorrer do estudo, os inquiridos foram questionados relativamente à satisfação global com o serviço VoIP mais utilizado, os resultados são apresentados na figura 5.2.4.7. Globalmente, verifica-se que os utilizadores de serviços VoIP estão satisfeitos. Note-se ainda que o nível de satisfação com o serviço VoIP mais utilizado dos utilizadores de computador e dos utilizadores de telemóvel inteligente/tablete é muito semelhante.

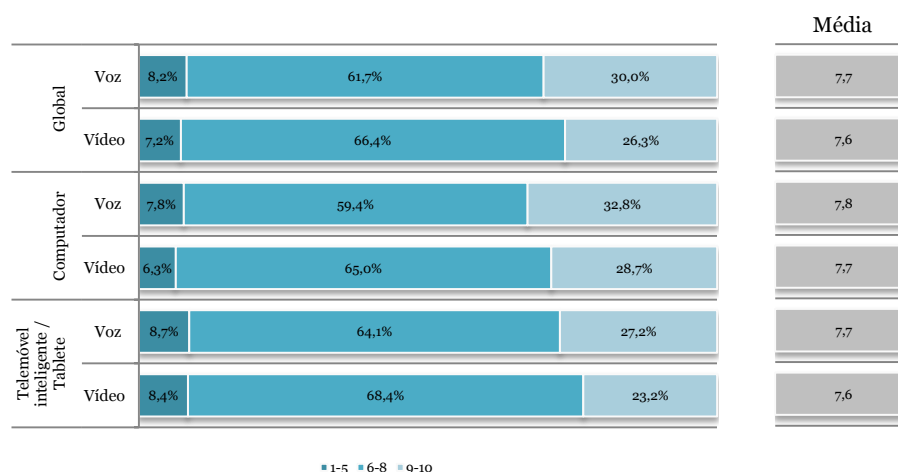


Fig. 5.2.4.7 - Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado

Mensagens instantâneas - Satisfação global

A figura 5.2.4.8 apresenta a satisfação global com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado. Note-se que, tanto os utilizadores de computador, como os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete revelam níveis de satisfação global de 8,3 pontos.

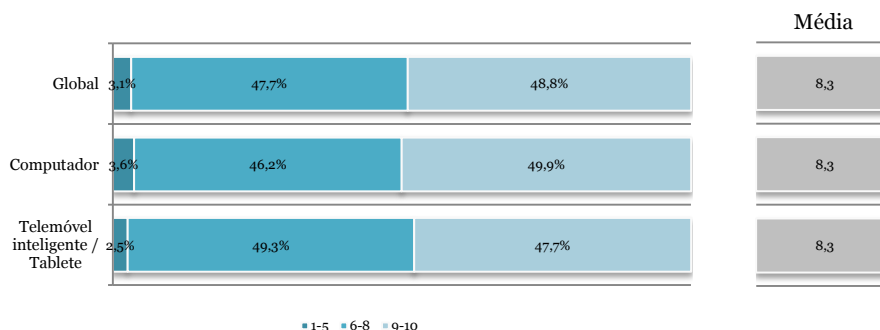


Fig. 5.2.4.8 - Satisfação com o serviço IM mais utilizado

Serviços audiovisuais - Satisfação global

A figura 5.2.4.9 apresenta o grau médio de satisfação global com o serviço de audiovisual mais utilizado. Os utilizadores de computador apresentam um grau médio de satisfação de 8,3 pontos, superior em apenas 0,1 pontos ao grau médio de satisfação global dos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete, note-se, no entanto, que esta diferença não revela significado estatístico.

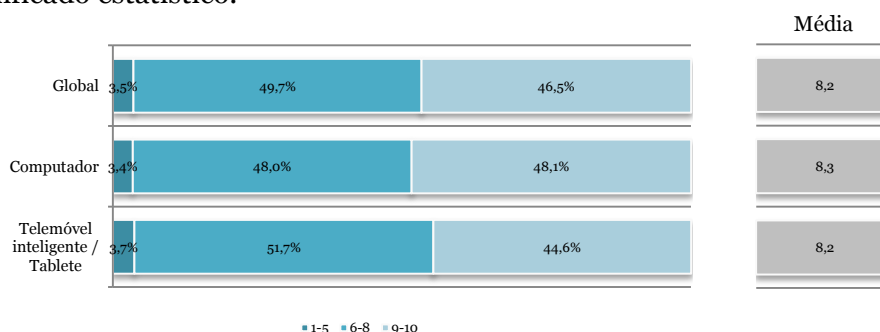


Fig. 5.2.4.9 - Satisfação com o serviço de Audiovisual mais utilizado

Redes sociais - Satisfação global

A figura 5.2.4.10 apresenta a satisfação global com a rede social mais utilizada. Note-se que, tanto os utilizadores de computador, como os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete revelam níveis de satisfação global de 7,9 pontos.

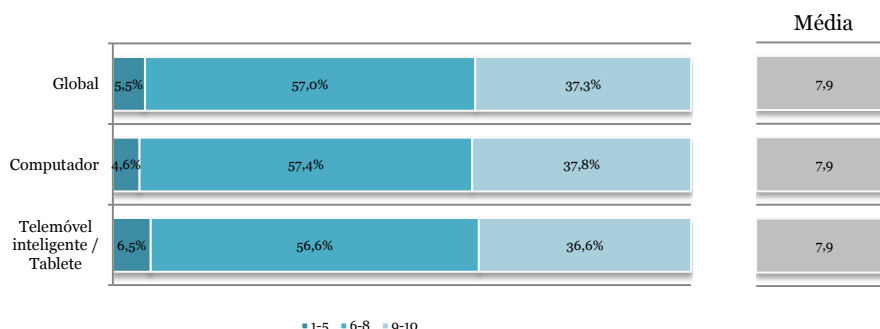


Fig. 5.2.4.10 - Satisfação com a Rede Social mais utilizada

Partilha e armazenamento de ficheiros - Satisfação global

A figura 5.2.4.11 apresenta o grau médio de satisfação global com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado. Através da análise desta figura, verifica-se que os utilizadores de computador e os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete apresentam níveis médios de satisfação muito semelhantes. Note-se ainda que a proporção de utilizadores de computador com níveis médios de satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado entre os 6 e os 8 pontos é inferior à proporção registada pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

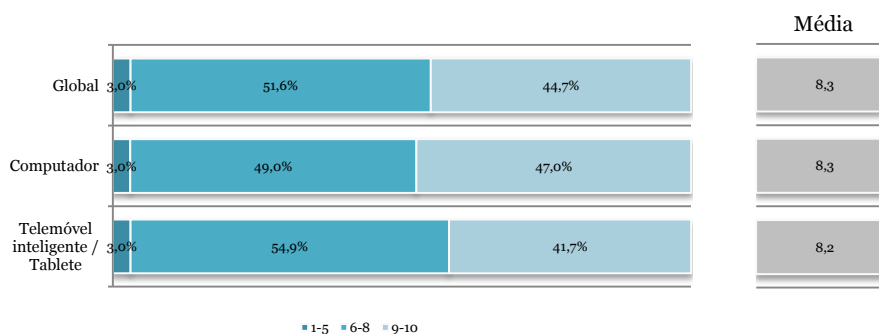


Fig. 5.2.4.11 - Satisfação com o serviço de Partilha e Armazenamento de Ficheiros mais utilizado

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico - Satisfação global

A figura 5.2.4.12 apresenta o grau médio de satisfação global com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado. Pela análise desta figura, constata-se que o grau médio de satisfação dos utilizadores de computador dista em apenas 0,1 pontos do grau médio dos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete. Note-se, no entanto, que esta diferença não revela significado estatístico.

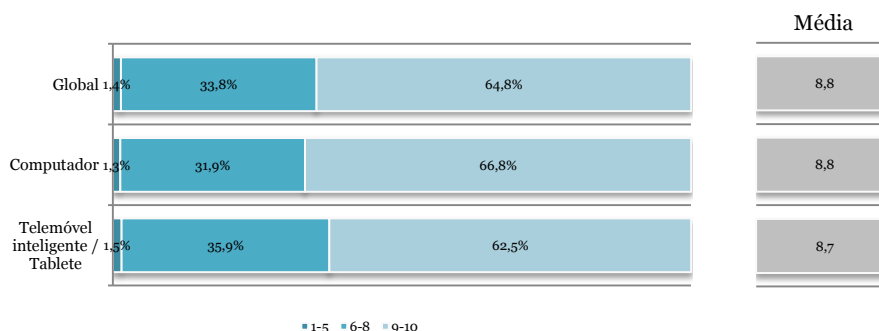


Fig. 5.2.4.12 - Satisfação com o Motor de Busca ou serviço de Comércio Eletrónico mais utilizado

VoIP - Motivos de insatisfação

Os utilizadores de serviços VoIP que apresentaram avaliações de satisfação global, relativamente ao serviço VoIP mais utilizado, inferiores a 5 pontos foram questionados relativamente ao motivo dessa avaliação (figura 5.2.4.13). Desta forma, verifica-se que para a maioria dos inquiridos o principal motivo de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado é consequência das quebras de ligação (interrupções, paragens, bloqueios, instabilidade da ligação).

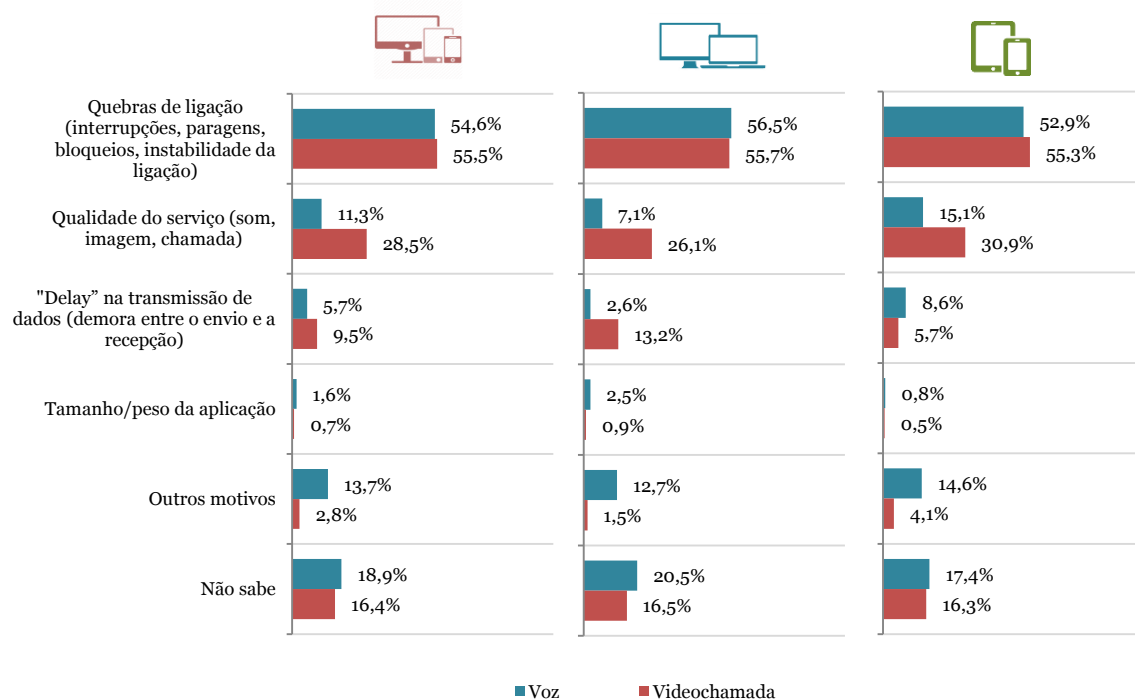


Fig. 5.2.4.13 - Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado (em %)

Mensagens instantâneas - Motivos de insatisfação

Os utilizadores de serviços de mensagens instantâneas que apresentaram avaliações de satisfação global, relativamente ao serviço mais utilizado, inferiores a 5 pontos foram questionados quanto ao motivo dessa avaliação (figura 5.2.4.14). Desta forma, verifica-se que para a maioria dos inquiridos o principal motivo de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado é consequência das quebras de ligação (interrupções, paragens, bloqueios, instabilidade da ligação).

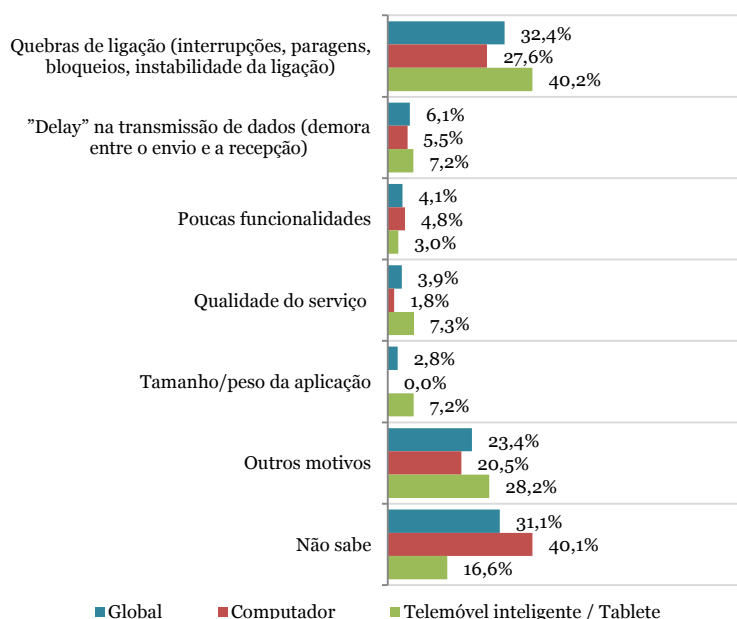


Fig. 5.2.4.14 - Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado (em %)

Serviços audiovisuais - Motivos de insatisfação

Os utilizadores de serviços de audiovisuais que apresentaram avaliações de satisfação global, relativamente ao serviço mais utilizado, inferiores a 5 pontos foram questionados quanto aos motivos dessa avaliação (figura 5.2.4.15). Deste modo, verifica-se que os principais motivos de insatisfação apresentados pelos utilizadores de serviços audiovisuais são as quebras de ligação (interrupções, paragens, bloqueios, instabilidade da ligação) e o excesso de publicidade/ anúncios.

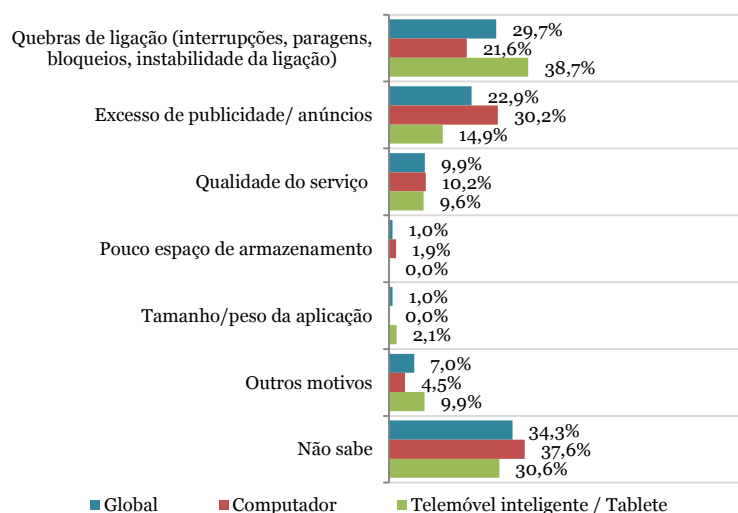


Fig. 5.2.4.15 - Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado (em %)

Redes sociais - Motivos de insatisfação

Os utilizadores de redes sociais que avaliaram a rede social mais utilizada em menos de 5 pontos foram questionados quanto aos motivos dessa avaliação (figura 5.2.4.16). Desta forma, é possível verificar que para os utilizadores de redes sociais os principais motivos de insatisfação prendem-se com políticas de privacidade, excesso de publicidade/ anúncios e ainda com quebras de ligação (interrupções, paragens, bloqueios, instabilidade da ligação).

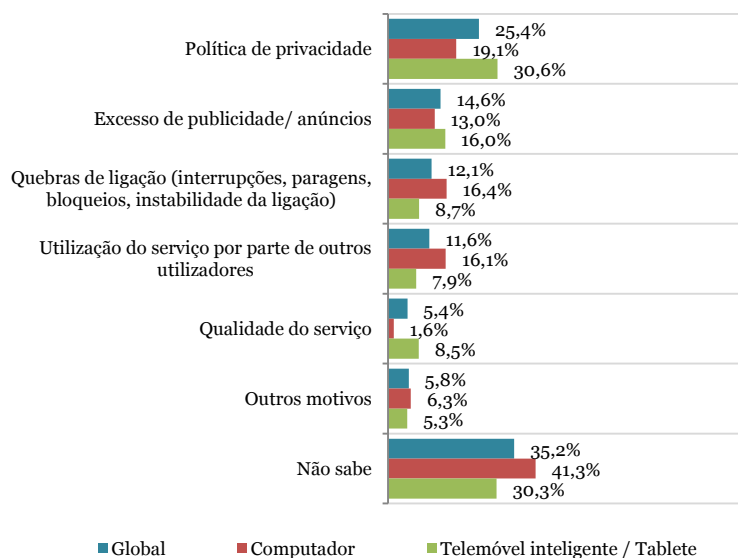


Fig. 5.2.4.16 - Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada (em %)

Partilha e armazenamento de ficheiros - Motivos de insatisfação

Os utilizadores de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros que avaliaram o serviço mais utilizado em menos de 5 pontos foram questionados quanto aos motivos dessa avaliação (figura 5.2.4.17). Desta forma, é possível verificar que para os utilizadores de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros os principais motivos de insatisfação estão relacionados com as quebras de ligação (interrupções, paragens, bloqueios, instabilidade da ligação) e com a insegurança da informação.

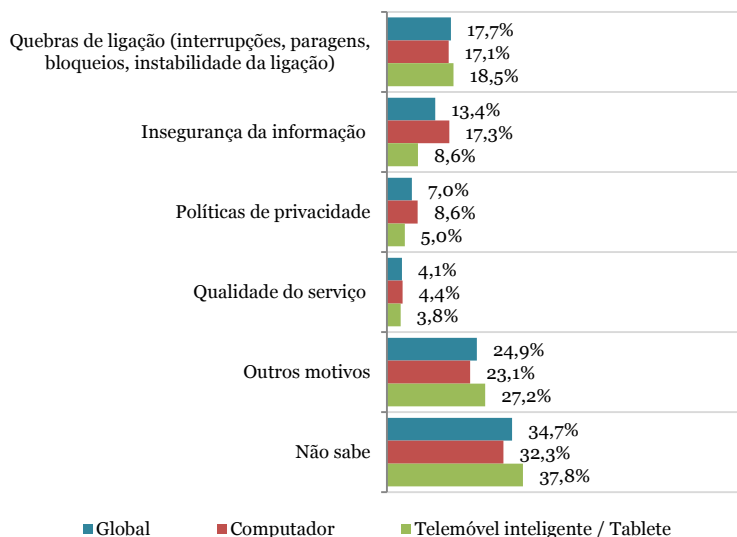


Fig. 5.2.4.17 - Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado (em %)

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico - Motivos de insatisfação

Os utilizadores de motores de busca e serviços de comércio eletrónico que avaliaram o serviço mais utilizado em menos de 5 pontos foram questionados quanto aos motivos dessa avaliação (figura 5.2.4.18). Desta forma, é possível verificar que para os utilizadores destes serviços OTT os principais motivos de insatisfação resultam da qualidade do serviço/qualidade dos resultados de busca, das quebras de ligação (interrupções, paragens, bloqueios, instabilidade da ligação) e ainda das políticas de privacidade.

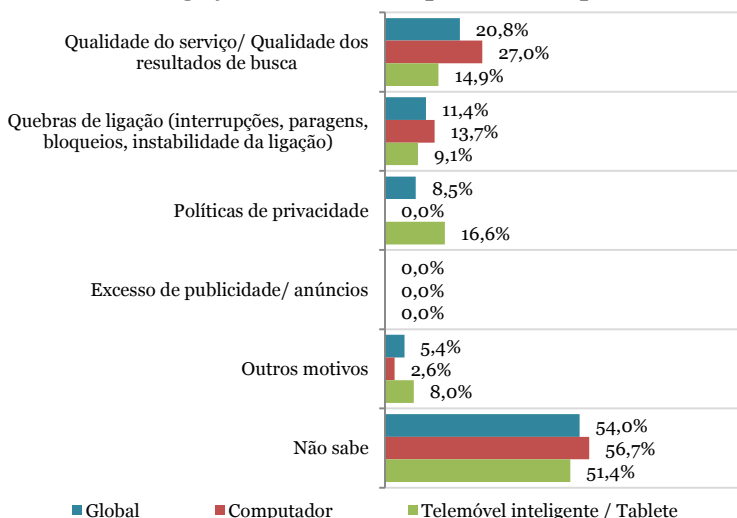


Fig. 5.2.4.18 - Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado (em %)

No decorrer do presente estudo, os inquiridos foram questionados relativamente à qualidade percebida do serviço OTT mais utilizado, tendo em consideração se o serviço é pago ou gratuito. Os resultados são apresentados pelas figuras 5.2.4.19, 5.2.4.20, 5.2.4.21, 5.2.4.22, 5.2.4.23.

VoIP - Qualidade percebida do serviço

No que concerne aos serviços VoIP de utilização gratuita verifica-se que os utilizadores de computador registam avaliações médias de qualidade percebida superiores às avaliações dos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

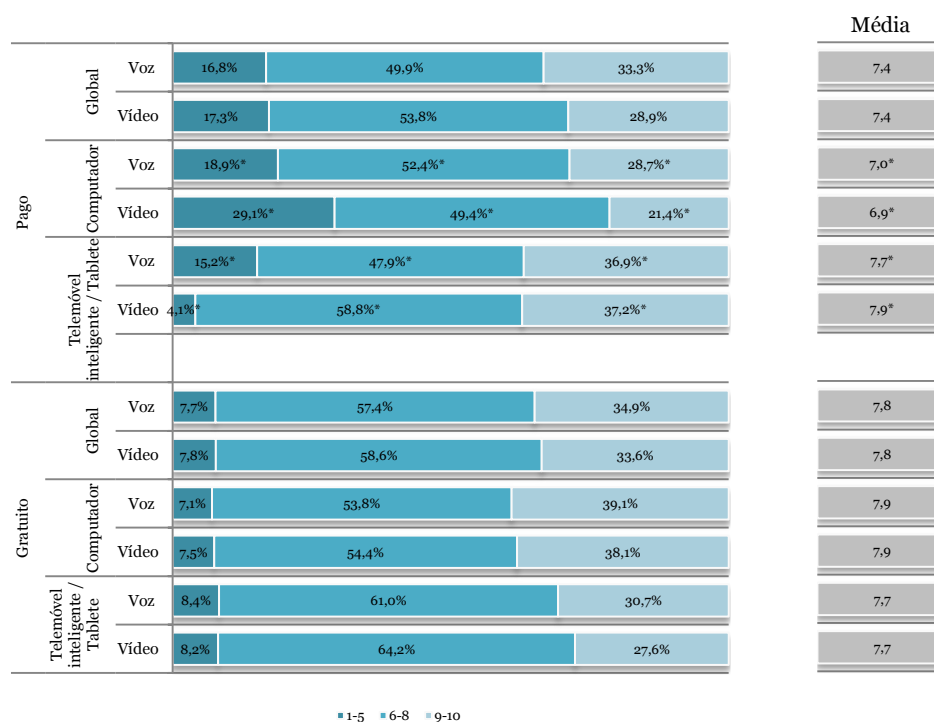


Fig. 5.2.4.19 - Qualidade do serviço VoIP mais utilizado

Mensagens instantâneas - Qualidade percebida do serviço

Note-se que para serviços de mensagens instantâneas de utilização paga a proporção de utilizadores de computador que avalia a qualidade deste serviço de forma negativa, ou seja, avaliações médias de 1 a 5 pontos, é superior à proporção registada pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

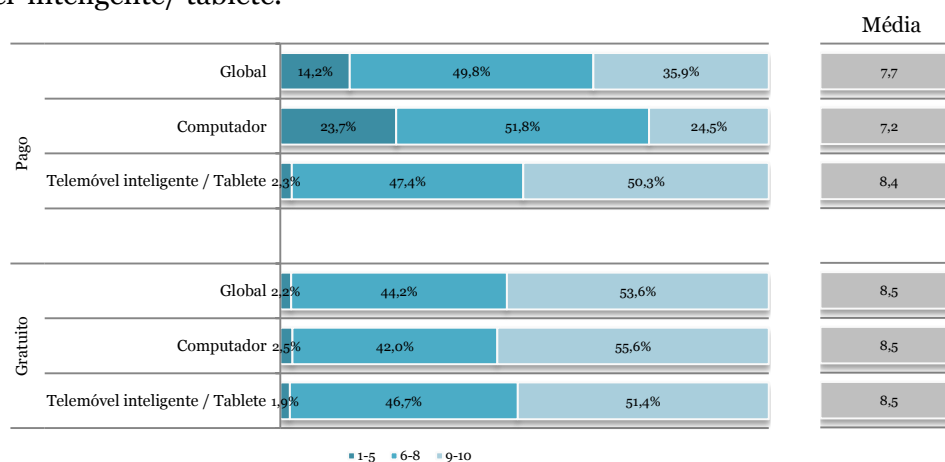


Fig. 5.2.4.20 - Qualidade do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Serviços audiovisuais - Qualidade percebida do serviço

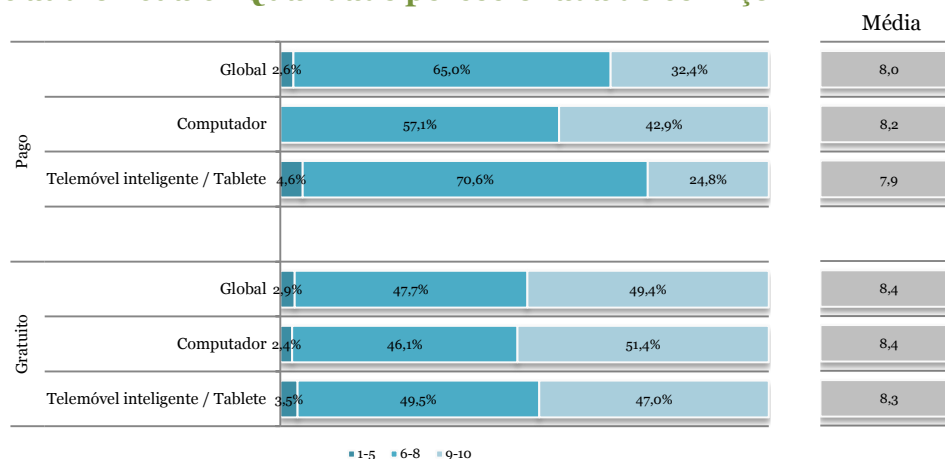


Fig. 5.2.4.21 - Qualidade do serviço de audiovisual mais utilizado

Redes sociais - Qualidade percebida do serviço

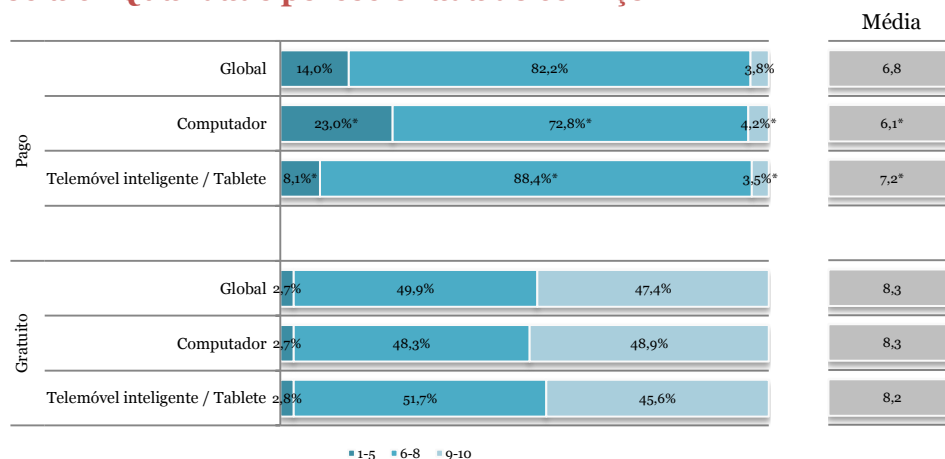


Fig. 5.2.4.22 - Qualidade da rede social mais utilizada

Partilha e armazenamento de ficheiros - Qualidade percebida do serviço

Note-se que para serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de utilização paga a proporção de utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete que apresenta uma avaliação média de qualidade percebida do serviço de 6 a 8 pontos é muito superior à proporção apresentada pelos utilizadores de computador.

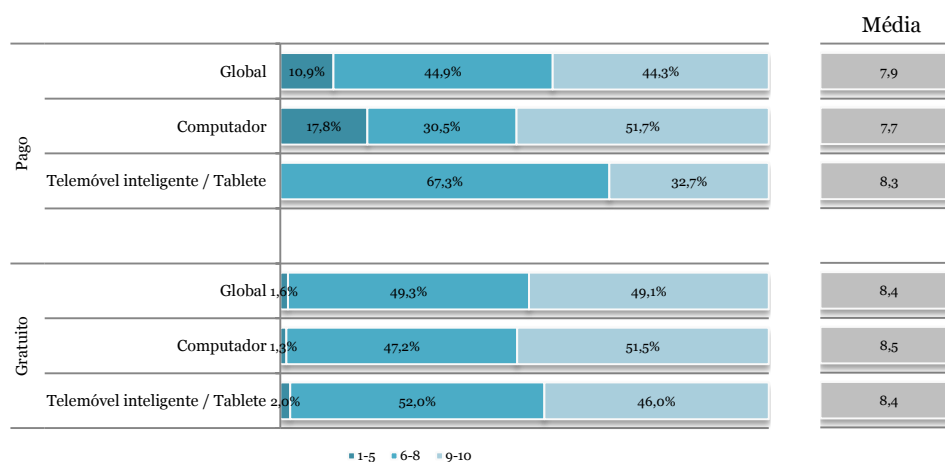


Fig. 5.2.4.23 - Qualidade do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Pela análise dos gráficos anteriormente apresentados constata-se que, para os cinco serviços OTT apresentados, a qualidade percebida dos serviços pagos é inferior à qualidade percebida dos serviços gratuitos. Esta situação poderá ser justificada pelo facto de os utilizadores serem menos exigentes com a qualidade de serviços gratuitos do que com a qualidade de serviços pagos.

Verifica-se ainda que, de um modo global, para os serviços de utilização paga os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete apresentam avaliações de qualidade superiores às avaliações dos utilizadores de computador, enquanto para os serviços de utilização gratuita a tendência registada é inversa.

VoIP - Ocorrência de falhas

Os utilizadores de serviços VoIP foram questionados quanto à ocorrência de falhas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado, ao conjunto de inquiridos que responderam afirmativamente a esta questão foi ainda questionado a quem atribuíam essas falhas (figura 5.2.4.24). Deste modo, verifica-se que cerca de metade dos inquiridos revelam ter assistido a falhas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado, atribuindo essas falhas ao prestador do serviço de Internet, bem como ao serviço VoIP utilizado.

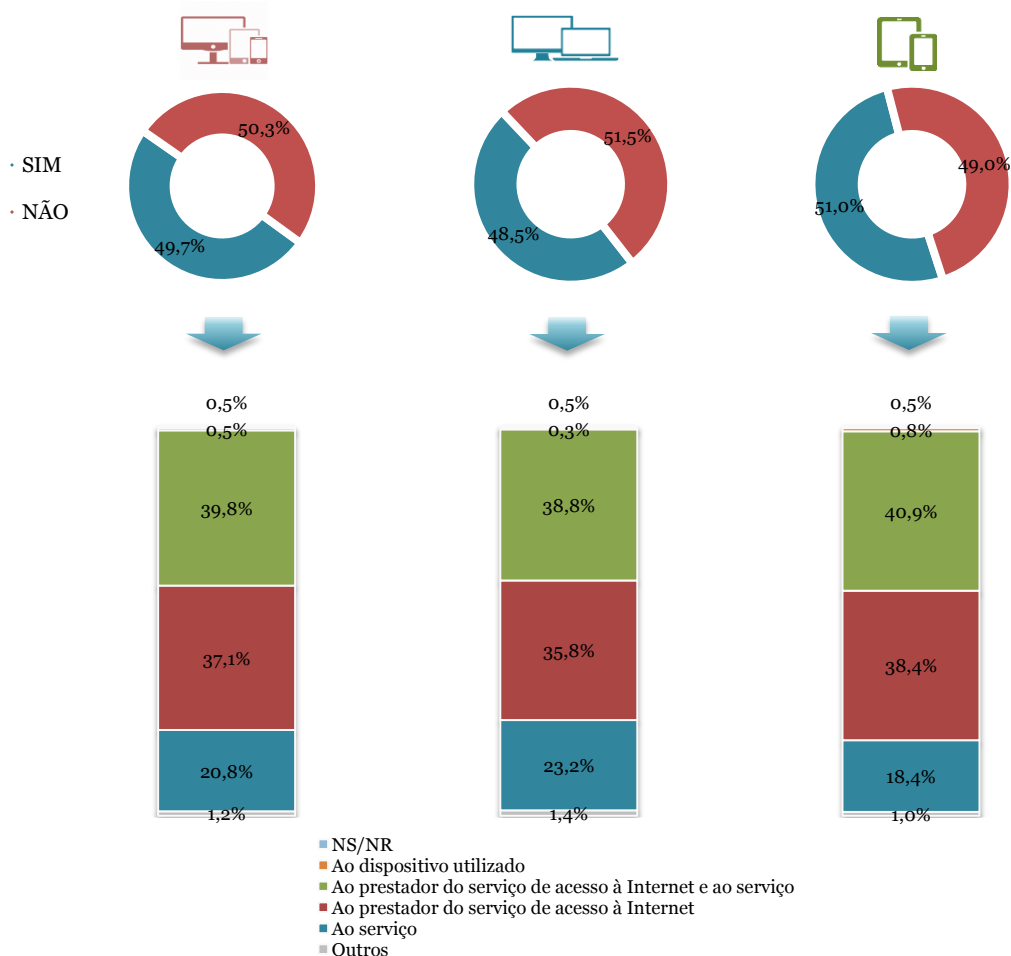


Fig. 5.2.4.24 - Falhas ocorridas no serviço de VoIP mais utilizado e principais responsáveis (em %)

Mensagens instantâneas - Ocorrência de falhas

Os utilizadores de serviços de mensagens instantâneas foram questionados quanto à ocorrência de falhas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado, ao conjunto de inquiridos que responderam afirmativamente a esta questão foi ainda questionado a quem atribuíam essas falhas (figura 5.2.4.25). Verifica-se que a maioria dos inquiridos revela não ter assistido a qualquer falha durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado. O conjunto de indivíduos que revela ter assistido a falhas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas atribui maioritariamente essas falhas ao prestador do serviço de acesso à Internet, bem como do operador do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado. Note-se ainda que a proporção de utilizadores de computador que atribuem as falhas a outras entidades é superior à proporção registada pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

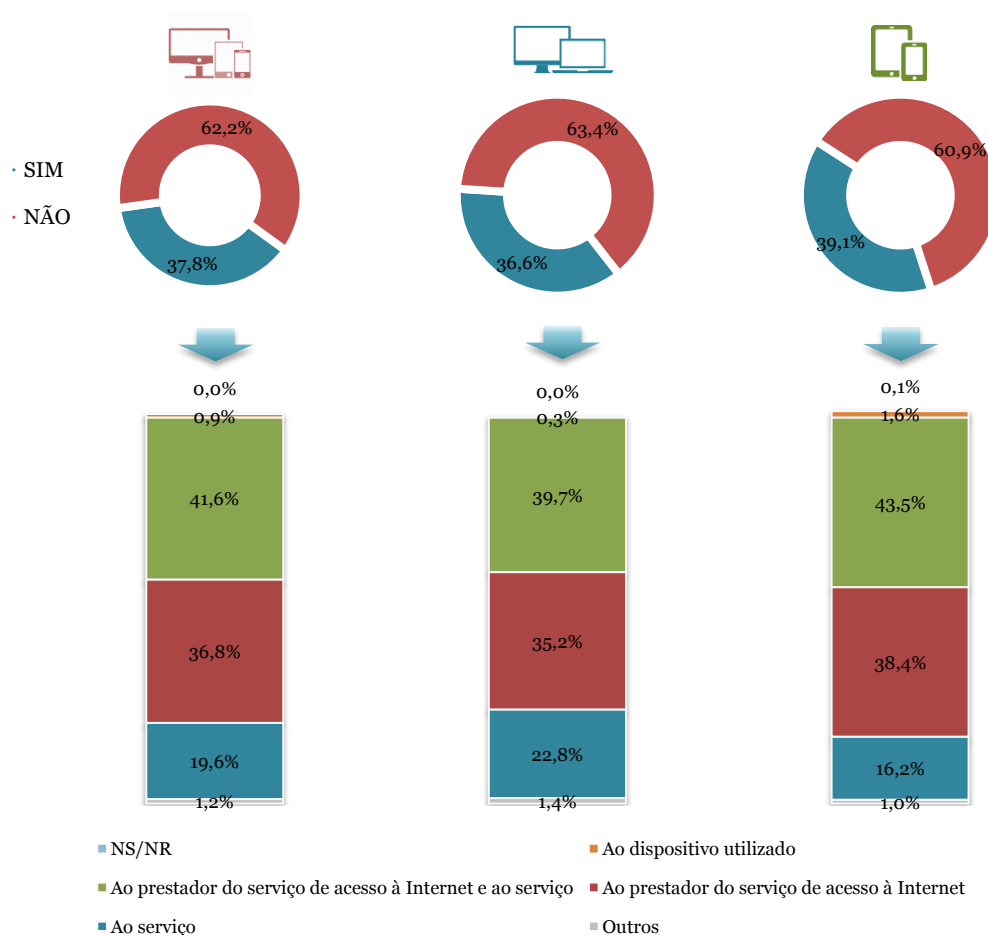


Fig. 5.2.4.25 - Falhas ocorridas no serviço de mensagens instantâneas mais utilizado e principais responsáveis (em %)

Serviços audiovisuais - Ocorrência de falhas

Os utilizadores de serviços de audiovisuais foram questionados quanto à ocorrência de falhas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado, ao conjunto de inquiridos que responderam afirmativamente a esta questão foi ainda questionado a quem atribuíam essas falhas (figura 5.2.4.26). Deste modo, verifica-se que cerca de 44% dos utilizadores de serviços de audiovisual através de computador revelam ter assistido a falhas durante a utilização do serviço audiovisual mais utilizado, sendo este valor inferior em 10% ao registado pelos utilizadores de serviços de audiovisual através de telemóvel inteligente/tablete. Para estes utilizadores, as falhas ocorridas são maioritariamente da responsabilidade do prestador do serviço de acesso à Internet, bem como do operador do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado. Note-se ainda que a proporção de utilizadores de computador que atribuem as falhas ocorridas ao serviço de audiovisual mais utilizado é superior à proporção registada pelos utilizadores de telemóvel inteligente/tablete.

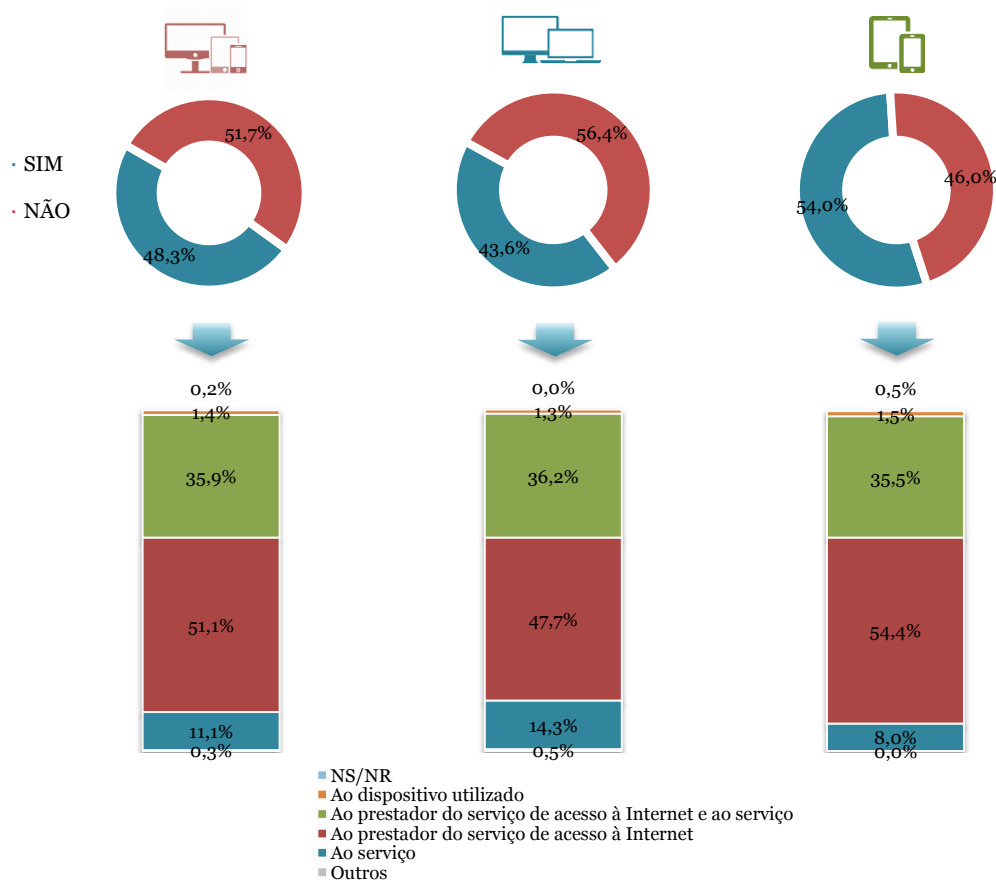


Fig. 5.2.4.26 - Falhas ocorridas no serviço de audiovisual mais utilizado e principais responsáveis (em %)

Redes sociais - Ocorrência de falhas

Os utilizadores de redes sociais foram questionados quanto à ocorrência de falhas durante a utilização da rede social mais utilizada, ao conjunto de inquiridos que responderam afirmativamente a esta questão foi ainda questionado a quem atribuíam essas falhas (figura 5.2.4.27). Note-se que, 43% dos utilizadores de redes sociais através de computador e 53,7% dos utilizadores de redes sociais através de telemóvel inteligente/ tablete revelam ter assistido a falhas durante a utilização da rede social mais utilizada, atribuindo essas falhas ao prestador do serviço de acesso à Internet, bem como à rede social mais utilizada.

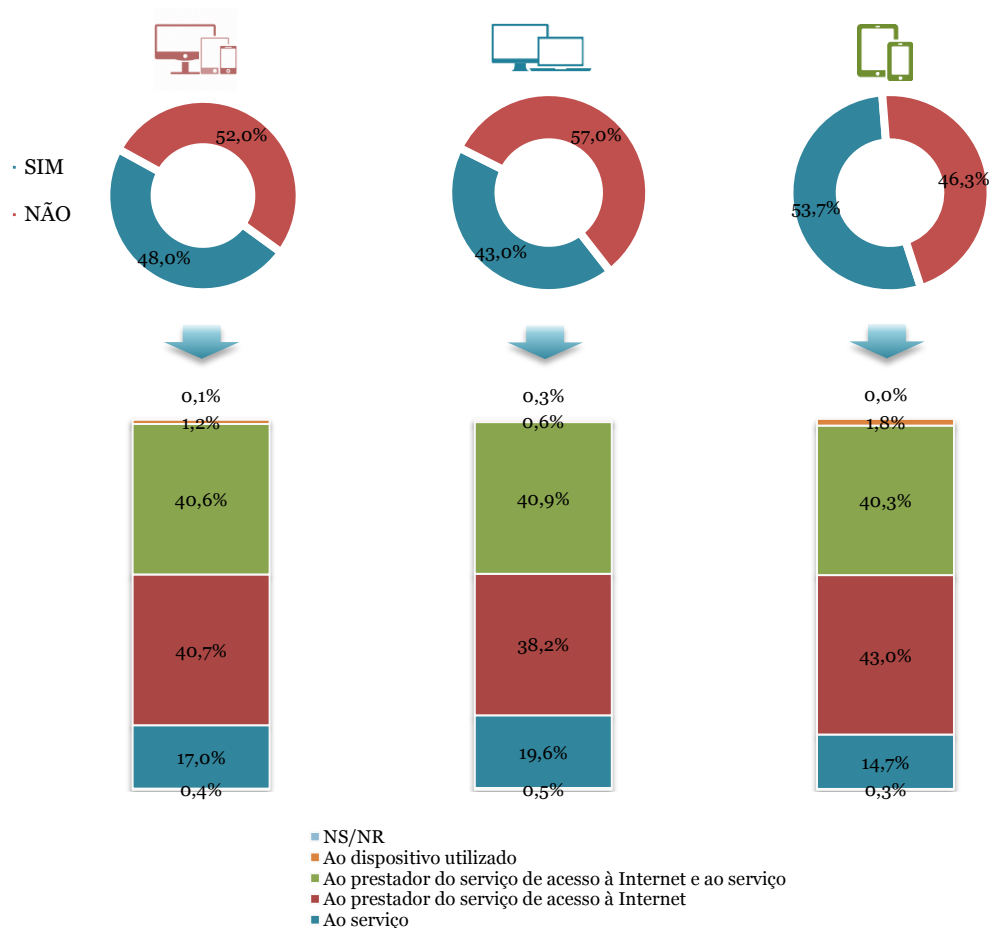


Fig. 5.2.4.27 - Falhas ocorridas na rede social mais utilizada e principais responsáveis (em %)

Partilha e armazenamento de ficheiros - Ocorrência de falhas

Os utilizadores de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros foram questionados quanto à ocorrência de falhas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado, ao conjunto de inquiridos que responderam afirmativamente a esta questão foi ainda questionado a quem atribuíam essas falhas (figura 5.2.4.28). Deste modo, verifica-se que a grande maioria dos utilizadores de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros revela não ter assistido a qualquer falha durante a utilização do serviço mais utilizado, note-se ainda que esta proporção é superior para os utilizadores de computador quando comparados com os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete. De entre o conjunto de inquiridos que revela ter assistido a alguma falha, verifica-se, à imagem dos serviços OTT anteriormente apresentados, que essas falhas são atribuídas em grande escala ao prestador do serviço de acesso à Internet, bem como ao serviço de partilha e armazenamento de ficheiros utilizado.

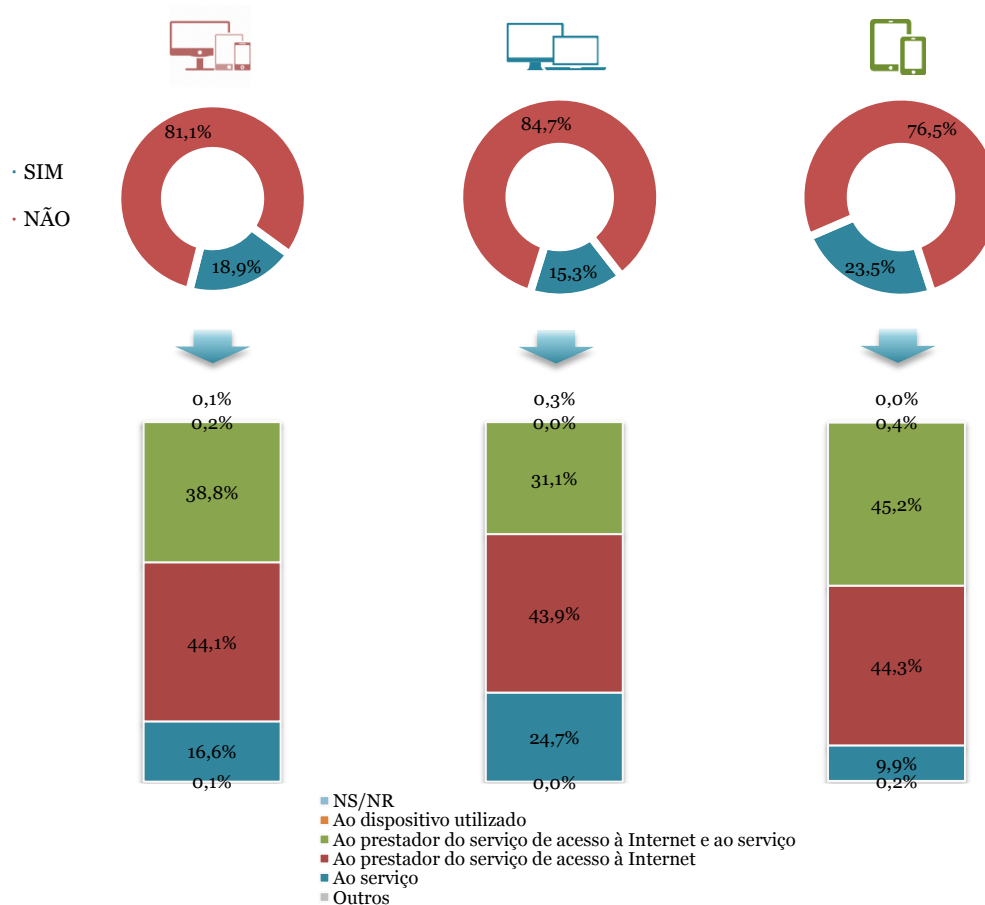


Fig. 5.2.4.28 - Falhas ocorridas no serviço OTT de partilha e armazenamento de ficheiros por dispositivos. E quais os responsáveis apontados pelos consumidores (em %).

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico - Ocorrência de falhas

Os utilizadores de motores de busca e serviços de comércio eletrónico foram questionados quanto à ocorrência de falhas durante a utilização do serviço mais utilizado, ao conjunto de inquiridos que responderam afirmativamente a esta questão foi ainda questionado a quem atribuíam essas falhas (figura 5.2.4.29). Note-se que aproximadamente um terço dos utilizadores de motores de busca e serviços de comércio electrónico revelam ter assistido a falhas durante a utilização do serviço mais utilizado. Para estes utilizadores as falhas ocorridas são da responsabilidade do prestador do serviço de Internet, assim como do motor de busca ou serviço de comércio electrónico mais utilizado.

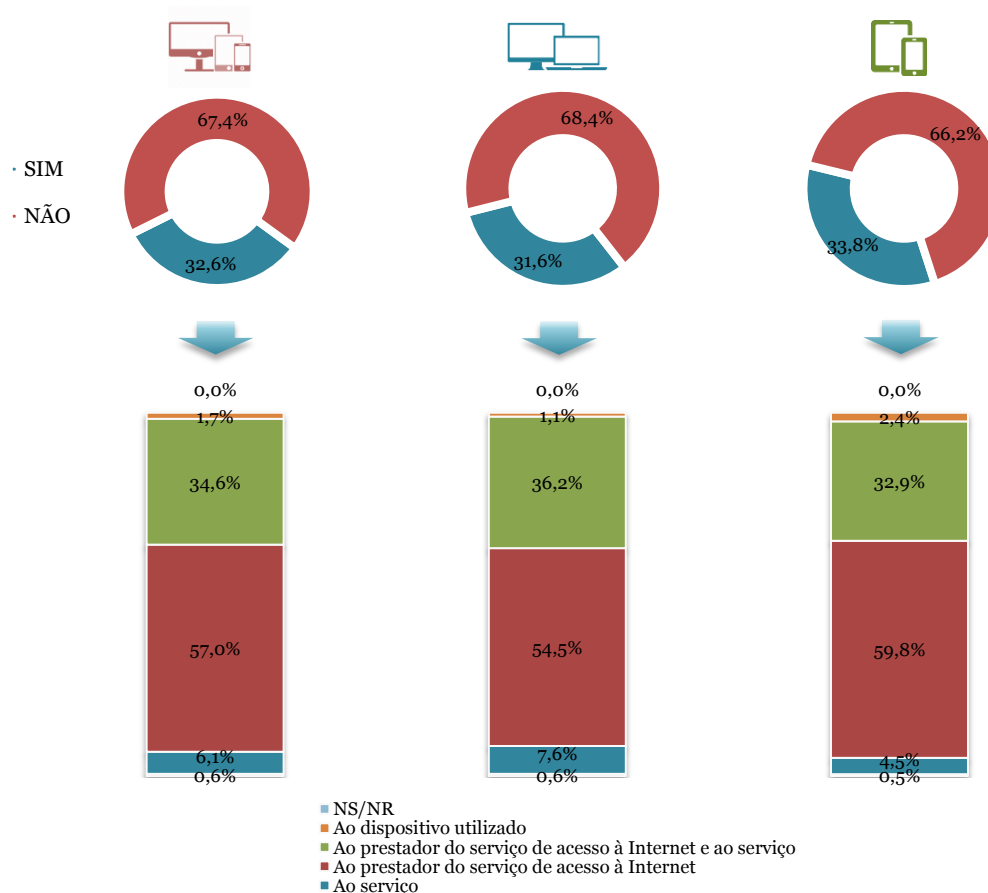


Fig. 5.2.4.29 - Falhas ocorridas no motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado e principais responsáveis (em %)

5.2.5 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Neste capítulo, pretende-se estimar a procura atual e futura da largura de banda associada ao consumo de serviços OTT. Deste modo, ao longo do capítulo serão identificados os tempos médios de consumo passado (no ano passado), atual (no trimestre de abril a junho de 2015) e futuro (no próximo ano) por tipo de serviço OTT, identificando ainda o total de utilizadores de cada serviço nos três tempos referidos. Serão ainda apresentados os tempos de utilização atual e futura de Internet fixa e de Internet móvel por serviço OTT.

Perante a falta de informação relativa ao consumo de serviços OTT em Portugal, desenvolveu-se uma metodologia, para estimar/prever evoluções do número de utilizadores e respetivo consumo de serviços OTT entre o passado (ano passado, período $t-1$), o presente (trimestre de abril a junho de 2015, período t) e o futuro (próximo ano, período $t+1$), a qual se passa seguidamente a descrever.

O consumo atual médio (em minutos) de cada utilizador por tipo de serviço OTT foi obtido por via declarativa, ou seja, foi perguntado ao entrevistado quantos minutos em média utilizou, por dia, determinado serviço OTT, considerando uma semana típica do trimestre de abril a junho de 2015. Por outro lado, o consumo médio do passado e do futuro (em minutos) resulta da resposta dada acerca da proporção de aumento / diminuição de consumo do passado para o presente, assim como da previsão declarada acerca da proporção de aumento / diminuição de consumo do presente para o futuro.

No que concerne à população que consome serviços OTT, apenas é conhecida a população atual, ou seja, a população de utilizadores de Internet que no trimestre de abril a junho de 2015 consumiu determinado tipo de serviço OTT. Deste modo, para o cálculo da população de consumidores de serviços OTT no passado foi considerada a parte da população presente que declara ter igualmente utilizado o serviço em $t-1$. Simultaneamente, considera-se a existência potencial de utilizadores de $t-1$ que desistiram da utilização e que não se encontram representados na população t . Para o cálculo desta última população foi utilizada a taxa de perda declarada entre t e $t+1$, i.e. utilizadores em t que declaram ter intenção de desistir da utilização do serviço, assumindo-se que essa taxa de perda é idêntica à registada entre $t-1$ e t . Assim a população em $t-1$ é constituída por utilizadores em t que declaram ser igualmente utilizadores em $t-1$ acrescida da estimativa dos utilizadores em $t-1$ que deixaram de utilizar o serviço em t . O cálculo da população de consumidores de serviços OTT no futuro baseia-se na parte da população presente que declara ter igualmente intenção de utilizar o serviço em $t+1$. Simultaneamente, considera-se a existência potencial de utilizadores de $t+1$ que não são utilizadores em t e consequentemente não se encontram representados nesta população. Para o cálculo desta última população foi utilizada a taxa de crescimento declarada entre $t-1$ e t , i.e. utilizadores em t que declaram não ter utilizado o serviço em $t-1$, assumindo-se que essa taxa de crescimento é idêntica à registada entre t e $t+1$. Assim a população em $t+1$ é constituída por utilizadores em t que declaram vir a ser igualmente utilizadores em $t+1$ acrescida da estimativa dos novos utilizadores em $t+1$.







Assumiu-se ainda que o consumo médio futuro dos indivíduos que atualmente não consomem serviços OTT será semelhante ao consumo futuro dos indivíduos que atualmente consomem serviços OTT e que afirmam continuar a consumir no próximo ano. Por outro lado, assumiu-se que o consumo médio passado dos indivíduos que atualmente não consomem serviços OTT é semelhante ao consumo passado dos indivíduos que dizem ter consumido serviços OTT no passado e que consomem estes serviços atualmente.

Desta forma, o total de minutos consumidos por tipo de serviço OTT resulta da combinação do total de população que consome determinado serviço OTT com valor médio de minutos consumidos por tipo de serviços OTT.

VoIP - Consumo passado, atual e futuro

No quadro 5.2.5.1, são apresentados os consumos em minutos da população portuguesa. De uma forma global o serviço VoIP tem vindo a aumentar, prevendo-se um aumento de consumo futuro do mesmo.







Apenas nos consumidores de VoIP no computador houve uma ligeira diminuição (-4%), do passado para o presente, embora seja esperado um aumento no futuro (10%). Relativamente aos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete verifica-se uma evolução positiva do passado para a atualidade (17%), mas o aumento para o futuro esperado é ligeiramente menor (16%).

				
Consumo no passado	Min.	618.335.833,6	329.071.093,9	289.813.875,3
	Pop.	7.361.459	3.896.470	3.472.694
	Média 	84,0 min/dia	84,5 min/dia	83,5 min/dia
Consumo no presente	Min.	654.354.946,2	317.049.010,0	339.558.724,8
	Pop.	7.855.416	4.061.054	3.794.362
	Média 	83,3 min/dia	78,1 min/dia	89,5 min/dia
Consumo no futuro	Min.	738.950.574,3	347.736.129,8	394.902.709,6
	Pop.	8.382.518	4.232.590	4.145.825
	Média 	88,2 min/dia	82,2 min/dia	95,3 min/dia

Quadro 5.2.5.1 - Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Mensagens instantâneas - Consumo passado, atual e futuro







Os consumos de serviços de mensagens instantâneas são apresentados no quadro 5.2.5.2. Comparativamente com os serviços VoIP o número total de minutos consumidos com serviços de mensagens instantâneas é mais elevado. Em relação ao passado, assistiu-se a um aumento do consumo de serviços de mensagens instantâneas na ordem dos 4%, estimando-se uma evolução de 7% para o próximo ano. Observa-se para os utilizadores de mensagens instantâneas através do computador um crescimento de consumo constante entre os vários períodos, enquanto para os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete é esperado um aumento no futuro de 10%, muito superior ao aumento verificado entre o passado e o presente.

				
Consumo no passado	Min.	1.103.305.073,8	579.119.124	524.883.110,4
	Pop.	8.965.271	4.806.550	4.162.788
	Média 	123,1 min/dia	120,5 min/dia	126,1 min/dia
Consumo no presente	Min.	1.144.049.625,7	603.596.961,4	540.386.274,0
	Pop.	9.204.779	4.846.653	4.358.126
	Média 	124,3 min/dia	124,5 min/dia	124,0 min/dia
Consumo no futuro	Min.	1.220.857.133,9	626.498.807,3	594.692.477,8
	Pop.	9.450.685	4.887.090	4.562.630
	Média 	129,2 min/dia	128,2 min/dia	130,3 min/dia

Quadro 5.2.5.2 - Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Serviços audiovisuais - Consumo passado, atual e futuro







Os consumos de serviços de audiovisual apresentados no quadro 5.2.5.3 apresentam uma evolução positiva. O número total de minutos consumidos é superior aos minutos consumidos em serviços VoIP mas inferior aos minutos consumidos em serviços de mensagens instantâneas. Comparativamente com o passado, observa-se um crescimento de 7% no total de minutos consumidos com serviços de audiovisual face ao presente, estimando-se um aumento de 10% no futuro. Quando comparadas as utilizações por tipo de dispositivo utilizado verifica-se que os utilizadores de serviços de audiovisual através de telemóvel inteligente/ tablete registam evoluções superiores às dos utilizadores de computador, apesar do consumo destes últimos utilizadores ser significativamente maior do que o dos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

				
Consumo no passado	Min.	910.508.626,7	570.400.308	339.264.067,1
	Pop.	9.291.565	5.154.331	4.141.146
	Média 	98,0 min/dia	110,7 min/dia	81,9 min/dia
Consumo no presente	Min.	971.009.578,7	578.419.429,2	389.788.149,7
	Pop.	9.496.994	5.178.899	4.318.095
	Média 	102,2 min/dia	111,7 min/dia	90,3 min/dia
Consumo no futuro	Min.	1.067.352.871,4	617.967.755,8	444.846.688,2
	Pop.	9.706.965	5.203.584	4.502.605
	Média 	110,0 min/dia	118,8 min/dia	98,8 min/dia

Quadro 5.2.5.3 - Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Redes sociais - Consumo passado, atual e futuro







O quadro 5.2.5.4 apresenta os consumos de redes sociais, verificando-se que é neste serviço OTT que os utilizadores revelam depender mais minutos de utilização. Para os utilizadores de redes sociais através de computador registou-se uma evolução negativa na ordem dos 12% face ao consumo no passado, estimando-se uma evolução na ordem de 1% no próximo ano. Por outro lado, para os utilizadores de redes sociais através de telemóvel inteligente/ tablete registou-se uma evolução na ordem dos 7% face ao consumo passado, prevendo-se uma evolução positiva de cerca de 5% no futuro. Para todos os períodos observa-se que o total de minutos consumidos pelos utilizadores de computador é significativamente superior ao total de minutos consumidos pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

				
Consumo no passado	Min.	1.668.353.258,0	1.031.701.062	633.815.670,2
	Pop.	9.702.967	5.232.719	4.473.121
	Média 	171,9 min/dia	197,2 min/dia	141,7 min/dia
Consumo no presente	Min.	1.588.040.633,3	906.628.044,7	678.527.216,1
	Pop.	9.814.743	5.236.428	4.578.315
	Média 	161,8 min/dia	173,1 min/dia	148,2 min/dia
Consumo no futuro	Min.	1.635.164.420,2	919.053.850,3	711.774.903,2
	Pop.	9.927.807	5.240.140	4.685.983
	Média 	164,7 min/dia	175,4 min/dia	151,9 min/dia

Quadro 5.2.5.4 - Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)

Partilha e armazenamento de ficheiros - Consumo passado, atual e futuro




O consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros é apresentado no quadro 5.2.5.5 verificando-se que este é o serviço OTT onde os inquiridos revelam despende menos minutos. Globalmente, observa-se que entre o ano passado e o presente se registou uma evolução negativa. No entanto, prevê-se que essa tendência se inverta em relação ao futuro, atingindo evoluções a rondar os 15%.

				
Consumo no passado	Min.	374.005.241,7	216.225.829,6	158.058.717,0
	Pop.	6.199.562	3.567.929	2.636.323
	Média 	60,3 min/dia	60,6 min/dia	60,0 min/dia
Consumo no presente	Min.	360.831.754,5	203.858.991,9	156.994.324,5
	Pop.	6.459.472	3.659.164	2.800.308
	Média 	55,9 min/dia	55,7 min/dia	56,1 min/dia
Consumo no futuro	Min.	414.344.668,6	224.846.822,3	189.784.348,6
	Pop.	6.730.278	3.752.732	2.974.492
	Média 	61,6 min/dia	59,9 min/dia	63,8 min/dia




Quadro 5.2.5.5 - Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico - Consumo passado, atual e futuro

No consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico pode ser observada uma diminuição global do consumo do passado para a atualidade (quadro 5.2.5.6). Na verdade, verifica-se que os utilizadores de computador diminuíram o seu consumo em cerca de 4%, e nos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete o seu aumento é inferior a 1%. Todavia, no consumo futuro estima-se um aumento de 4% nos utilizadores de computador e 13% nos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete. Para todos os períodos observa-se que o total de minutos consumidos pelos utilizadores de computador é significativamente superior ao total de minutos consumidos pelos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

				
Consumo no passado	Min.	1.272.928.372,2	766.632.883,4	506.504.881,2
	Pop.	9.513.504	5.182.061	4.338.332
	Média	133,8 min/dia	147,9 min/dia	116,8 min/dia
Consumo no presente	Min.	1.249.229.482,2	737.378.064,1	508.887.861,7
	Pop.	9.654.899	5.175.739	4.479.160
	Média	129,4 min/dia	142,5 min/dia	113,6 min/dia
Consumo no futuro	Min.	1.347.216.496,7	766.770.427,6	575.416.248,2
	Pop.	9.798.396	5.169.425	4.624.558
	Média	137,5 min/dia	148,3 min/dia	124,4 min/dia




Quadro 5.2.5.6 - Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (passado, presente e futuro)

			
Consumo no passado	5.947.436.406,0	3.493.150.301,0	2.452.340.321,2
Consumo no presente	5.967.516.020,6	3.346.930.501,2	2.614.142.550,8
Consumo no futuro	6.423.886.165,3	3.502.873.793,0	2.911.417.375,7




Quadro 5.2.5.7 - Evolução do consumo de serviços OTT (passado, presente e futuro)

De modo a estimar a procura atual e futura de largura de banda associada à procura de serviços OTT considerou-se fundamental distinguir o consumo de banda larga fixa do consumo de banda larga móvel, para cada tipo de serviço OTT.

O quadro 5.2.5.8 apresenta o tempo médio de utilização dos diversos tipos de serviços OTT. Pode observar-se que há um maior consumo em Internet fixa, em todos os dispositivos. Verifica-se ainda um maior consumo médio de Internet móvel por parte dos utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete comparativamente com os utilizadores de computador.




						
	Internet Móvel	Internet Fixa	Internet Móvel	Internet Fixa	Internet Móvel	Internet Fixa
Voip	12,2	71,1	5,8	72,3	20,1	69,4
Mensagens Instantâneas	22,1	102,2	17,0	107,5	23,2	66,3
Audiovisuais	14,0	88,3	8,0	103,7	19,4	70,9
Redes Sociais	26,1	135,7	13,5	159,7	11,5	110,2
Partilha e armazenamento de ficheiros	7,8	48,1	3,3	52,4	13,5	42,6
Motores de busca	20,8	108,6	8,6	133,9	28,3	85,4

Quadro 5.2.5.8 - Tempo de utilização de Internet móvel e de Internet fixa por serviço OTT (média diária em minutos)




	Internet Móvel	Internet Fixa	Internet Móvel	Internet Fixa	Internet Móvel	Internet Fixa
Voip	96.176.442	558.178.504	23.477.991	293.571.019	76.276.860	263.281.865
Mensagens Instantâneas	203.645.268	940.404.358	63.563.436	540.033.526	139.878.407	400.507.867
Audiovisuais	132.737.728	838.271.851	41.516.553	536.902.876	83.636.169	306.151.981
Redes Sociais	256.049.989	1.331.990.644	70.537.531	836.090.513	174.153.584	504.373.632
Partilha e armazenamento de ficheiros	50.208.734	310.623.020	12.239.233	191.619.759	37.668.866	119.325.458
Motores de busca	201.117.839	1.048.111.643	61.640.857	675.737.207	126.563.103	382.324.759

Quadro 5.2.5.9 - Tempo de utilização de Internet móvel e de Internet fixa por serviço OTT (total diário em minutos)

	Internet Móvel	Internet Fixa	Internet Móvel	Internet Fixa	Internet Móvel	Internet Fixa
Voip	13,0	75,2	6,1	76,1	21,4	73,9
Mensagens Instantâneas	23,0	106,2	13,5	114,7	33,7	96,6
Audiovisuais	15,0	94,9	8,5	110,2	21,2	77,6
Redes Sociais	26,6	138,1	13,6	161,7	39,0	112,9
Partilha e armazenamento de ficheiros	8,6	53,0	3,6	56,3	15,3	48,5
Motores de busca	22,1	115,4	12,4	135,9	30,9	93,5

Quadro 5.2.5.10 - Tempo de utilização futura de Internet móvel e de Internet fixa por serviço OTT (média diária em minutos)

	Internet Móvel	Internet Fixa	Internet Móvel	Internet Fixa	Internet Móvel	Internet Fixa
Voip	108.610.224	630.340.351	25.750.422	321.985.708	88.709.070	306.193.639
Mensagens Instantâneas	217.317.302	1.003.539.832	65.975.177	560.523.630	153.935.509	440.756.968
Audiovisuais	145.907.927	921.444.944	44.355.168	573.612.588	95.449.984	349.396.704
Redes Sociais	263.648.060	1.371.516.360	71.504.285	847.549.566	182.687.072	529.087.831
Partilha e armazenamento de ficheiros	57.654.907	356.689.761	13.499.295	211.347.527	45.536.431	144.247.918
Motores de busca	216.893.112	1.130.323.385	64.097.902	702.672.526	143.109.065	432.307.184

Quadro 5.2.5.11 - Tempo de utilização futura de Internet móvel e de Internet fixa por serviço OTT (total diário em minutos)

Tendo como objetivo determinar/prever a propensão de um determinado consumidor utilizar um serviço OTT pretendeu-se aferir a existência de alguma relação entre o tempo despendido pelos utilizadores de cada tipo de serviços OTT e o seu perfil socioeconómico. De forma a responder a este objetivo e tomando em consideração a natureza da variável a ser explicada (tempo despendido com determinado tipo de serviços OTT) considerou-se que a análise mais adequada seria a construção de um modelo de regressão linear ¹. Um modelo de regressão linear tem como objetivo verificar a existência de uma relação funcional entre uma variável dependente e uma ou mais variáveis independentes, ou seja, consiste na formação de uma equação que explica a variação da variável dependente pela variação do nível das variáveis independentes. No entanto, a robustez destes modelos revelou que não existe aparentemente uma forte relação entre o perfil dos utilizadores e a frequência com que utilizam este tipo de serviços, de forma a modelar o seu comportamento.

Foram então testadas outras formas de análise que permitissem identificar padrões de consumo entre os utilizadores de serviços OTT. Destacou-se entre estas a análise de *clusters*, tendo como objetivo classificar os utilizadores em três grupos heterogéneos entre si, para cada serviço OTT, com perfis socioeconómicos distintos. No entanto, os resultados desta análise não revelaram forte relação entre o perfil dos utilizadores e a frequência com que utilizam este tipo de serviços.

¹Variável explicada: Tempo despendido com o serviço OTT.

Variáveis explicativas: dispositivo utilizado; serviço OTT mais utilizado; género; idade; região; nível de escolaridade; situação profissional; rendimento mensal líquido do agregado familiar; gasto médio mensal com o conjunto de serviços de comunicações.

5.2.6 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

A procura de serviços OTT pode originar problemas de congestionamento na rede. De modo a averiguar esta questão foram realizadas análises que identificam os períodos de maior utilização de serviços OTT pelos consumidores, distinguindo-se dias úteis de dias de fim-de-semana. Os inquiridos que avaliaram a qualidade do serviço de acesso à Internet nos diferentes períodos de utilização de forma negativa foram ainda questionados relativamente aos motivos dessa avaliação.

Este capítulo apresenta uma comparação dos minutos despendidos nos diversos tipos de serviços OTT por períodos de utilização, bem como a qualidade percebida pelos utilizadores dos diferentes tipo de serviços OTT. Nas figuras 5.2.6.1, 5.2.6.2 e 5.2.6.3 o tamanho dos círculos é indicador da quota de utilização de cada tipo de serviço OTT.

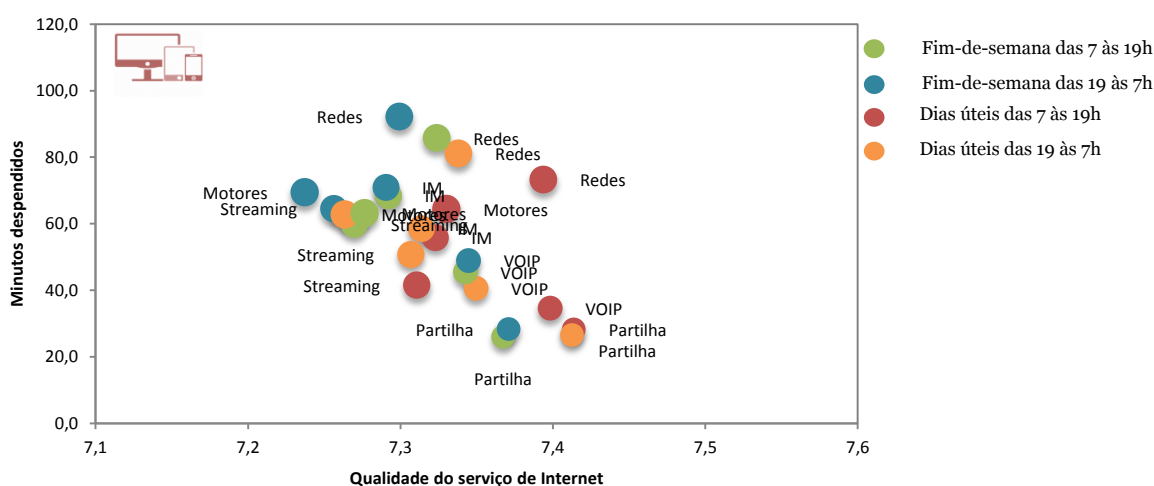


Fig. 5.2.6.1 - Minutos consumidos por serviço OTT versus qualidade percebida do serviço de Internet (por período de tempo)

Na Figura 5.2.6.1 estão apresentadas as médias dos minutos despendidos diariamente nos serviços OTT por período de tempo, perante a qualidade média percebida pelos utilizadores, que varia entre 7,2 e 7,5, a nível global dos dispositivos utilizados. As redes sociais destacam-se como o serviço OTT com maior número de minutos utilizados em todos os períodos de tempo, enquanto os serviços de partilha e armazenamento são os que possuem menor quota de utilização e com o menor número de minutos despendidos. Verifica-se assim que a qualidade do serviço de Internet não é inibidora da utilização de serviços OTT, sendo a mesma situação verificada quando os resultados são segmentados por utilizadores de computador (figura 5.2.6.2) e por utilizadores de telemóvel inteligente/tablete (figura 5.2.6.3) .

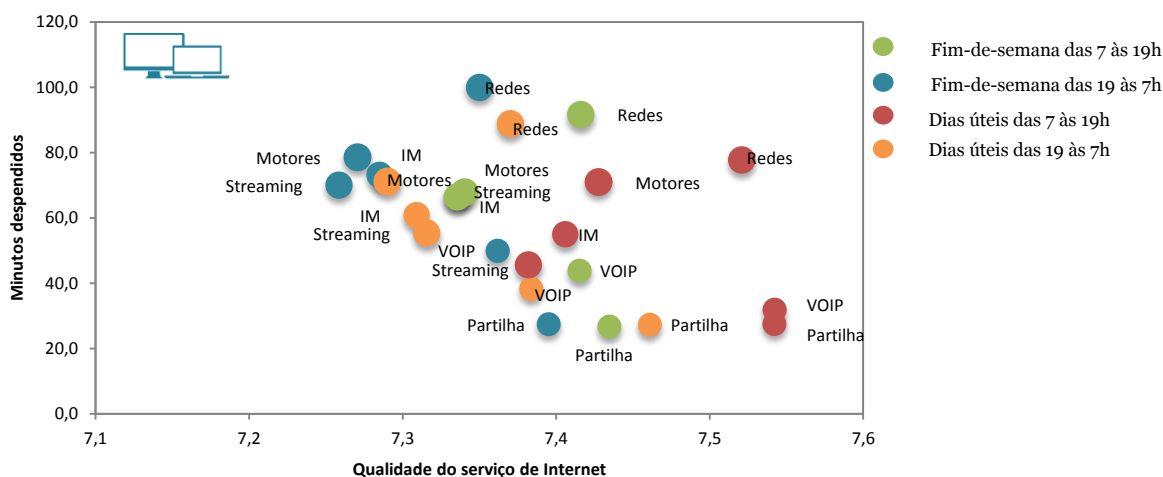


Fig. 5.2.6.2 - Minutos consumidos por serviço OTT versus qualidade percebida do serviço de Internet (por período de tempo)

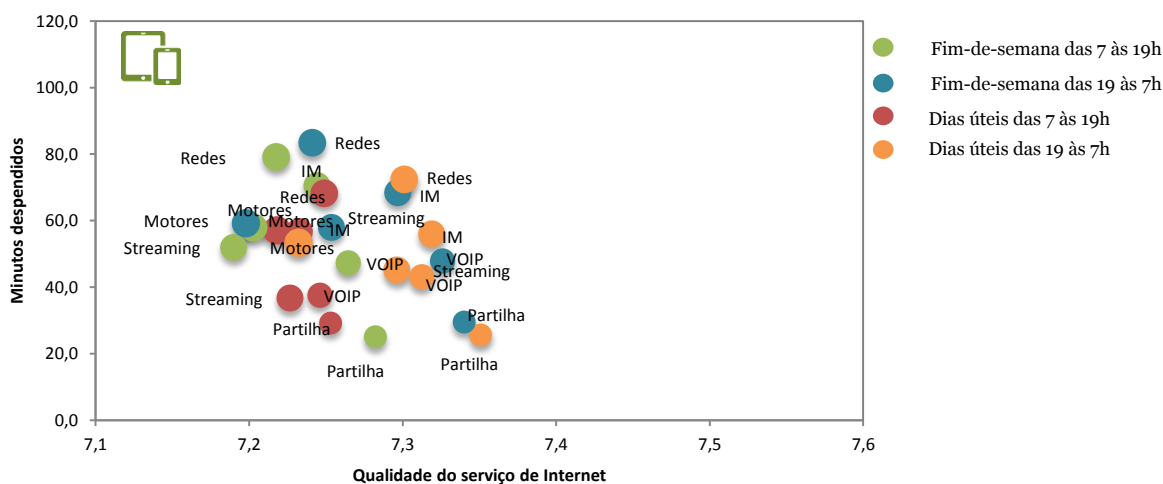





Fig. 5.2.6.3 - Minutos consumidos por serviço OTT versus qualidade percebida do serviço de Internet (por período de tempo)

O acesso lento e as quebras/ interrupções do serviço de acesso à Internet são os motivos apontados pela maioria dos utilizadores que avalia a qualidade do serviço de Internet de forma negativa (quadro 5.2.6.4). Os utilizadores de telemóvel inteligente/tablete apontam ainda como motivos as perdas de acesso, a dificuldade de upload (carregamento) e download e a cobertura de serviço fraca.

			
Acesso lento	71,5%	73,9%	68,6%
Quebras/ interrupções	58,4%	58,9%	57,8%
Perdas de acesso	44,5%	43,4%	45,7%
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	38,6%	34,7%	43,3%
Cobertura de serviço fraca	40,3%	38,3%	42,8%
Fraco apoio ao cliente	15,3%	17,0%	13,2%
Outros	-	-	-
NS/NR	4,8%*	3,5%*	6,3%*

Quadro 5.2.6.4 - Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet (em %)

6. Estratégia e Economia do negócio

6.1. Natureza do mercado dos serviços OTT (mercado de um lado versus mercado de dois lados)

De uma maneira geral, está presente junto de todas as entidades entrevistadas que o ecossistema do setor das telecomunicações mudou, alterando-se igualmente o papel do operador de rede - *que passou de único fornecedor para ser também o operador “tubo”*¹ que assegura os serviços de terceiros junto do utilizador final.

Os operadores de redes ao funcionarem como uma plataforma de ligação entre os fornecedores de serviços OTT e os utilizadores finais, gera um novo modelo de funcionamento de mercado.

Na perspetiva do segmento dos Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, de alguns Operadores de Televisão e Produtores de conteúdos e Entidades públicas nacionais o mercado possui o seguinte modelo de funcionamento:

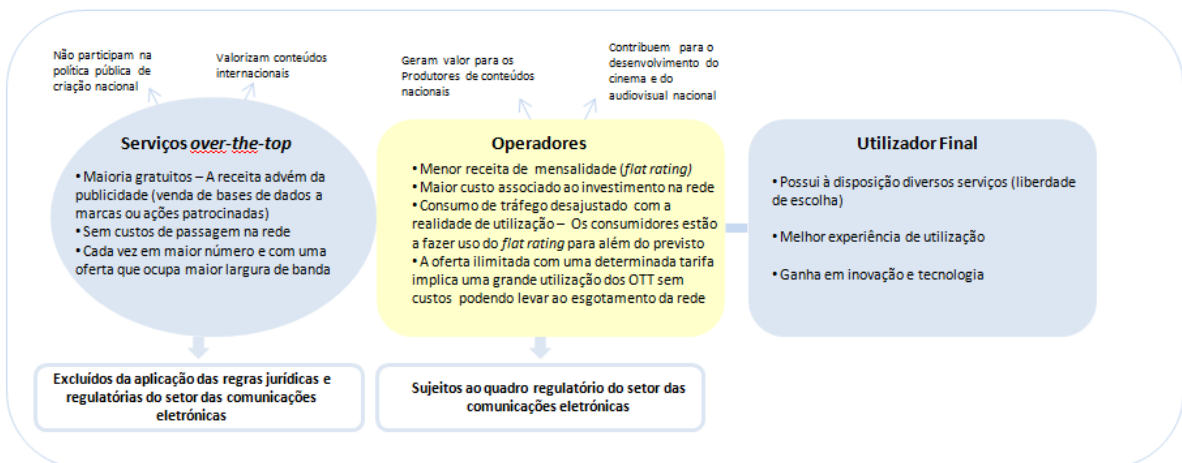


Fig. 6.1.1 – Modelo de negócio percebido pela maioria dos entrevistados

De acordo com estes interlocutores, o desafio é encontrar um equilíbrio com ganhos para todos os intervenientes para que não sejam postos em causa os investimentos na rede.

*“Tem de existir acordos de níveis de serviço entre o operador e o serviço OTT e partilha de receita gerada, isso é que vai garantir que todo o ecossistema funcione”*²

*“A cadeia de valor deve ser premium e permitir o desenvolvimento do negócio para todos os stakeholders. Para assegurar as classes de serviço deve-se discriminar positivamente em função da qualidade e existirem acordos de interligação”*³

¹ Terminologia utilizada na entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

² Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

³ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

“Os OTT deviam pagar um custo de utilização das redes de telecomunicações, e isto para nós é uma questão europeia, como não têm custos é muito fácil aparecerem no mercado diversos OTT e no futuro vai haver uma disputa entre os operadores que têm de oferecer a banda e os fornecedores de OTT que querem oferecer cada um o seu serviço numa rede que não é ilimitada”⁴

“O Netflix e outras empresas que tenham videostreaming vêm para Portugal agitar o mercado uma vez que vão canibalizar os operadores servindo-se da infraestrutura sem pagar. Qualquer serviço de vídeo on demand chega a casa do utilizador final mas não contribui para a sua distribuição, o que está errado, deviam todos atuar com as mesmas circunstâncias. Por outro lado, são serviços que não vão contribuir para a produção nacional, para a ficção em língua portuguesa que tanto precisamos. Qualquer um, a Sony por exemplo, pode chegar a Portugal e abrir trinta canais com conteúdos internacionais sem ser obrigado a um desenvolvimento industrial da ficção nacional”⁵

Para o segmento supracitado existe a necessidade de criar um novo enquadramento jurídico e regulatório em todo o setor das telecomunicações (cujo serviço fundamental seja o das comunicações eletrónicas).

“Há necessidade de criar um princípio de atuação não discriminatório uma vez que os OTT estão isentos de qualquer medida regulatória, que permita o mesmo “level playing field” quer para os operadores quer para os OTT que têm o mesmo tipo de serviços. Só assim é que se vai conseguir dinamizar a concorrência, manter a inovação e continuar a investir no setor. O quadro regulatório deve ser menos intrusivo no modelo de negócio e mais flexível no que toca à oferta de novos e melhores serviços ao consumidor. Se a preocupação pelo consumidor está por detrás das iniciativas legislativas e regulatórias europeias não faz sentido que essas diretrizes beneficiem apenas os consumidores que estão a utilizar uma plataforma”⁶

“Os OTT não têm de prestar contas a um regulador, não têm de dizer o volume que fazem nem quantos clicks possuem. Não se sabe quanto dinheiro fazem em Portugal nem como utilizam a informação que possuem, nós achamos que deviam de ter as mesmas regras, regras essas que custam muito dinheiro para serem cumpridas. Acho que se trata de um problema global e há necessidade de encontrar uma forma que equilibre aquilo que o operador tem de cumprir e aquilo que terceiros fazem”⁷

Na perspetiva do segmento dos Fornecedores de *software* e de aplicações e Motores de busca (Microsoft/Skype/Bing e IBM) o mercado rege-se de acordo com o seguinte modelo de funcionamento:

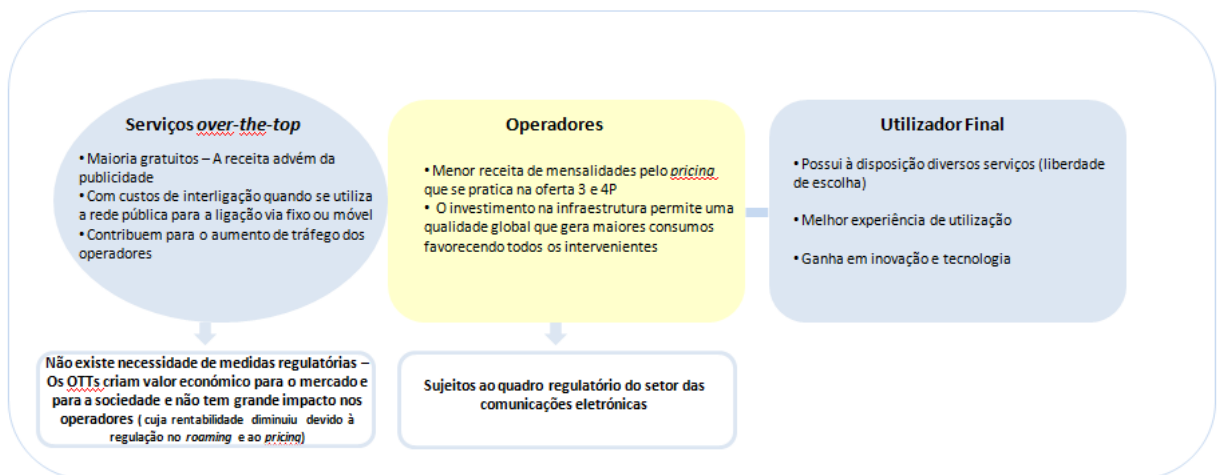


Fig. 6.1.2 – Modelo de negócio percebido pelo segmento dos fornecedores de *software* e de aplicações e motores de busca

⁴ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

⁵ Verbatim da entrevista realizada a um Produtor de conteúdo

⁶ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

⁷ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

Para estes interlocutores, o padrão de funcionamento deve passar pelo operador possuir diferentes níveis de serviço sendo remunerado pelo utilizador final, de acordo com o volume de tráfego de dados.

Para a Microsoft/Skype/Bing, em particular, a diminuição de rentabilidade dos operadores deve-se essencialmente ao preço (*pricing*) que praticam (tarifários de pacotes triplos e quádruplos) e à regulação que existiu a nível da itinerância internacional.

“Há um conjunto de operadores que consideram que fizeram um grande investimento na rede e que os serviços OTT são uns malandros, que estão a ir à boleia desse investimento sem custos nem obrigações. Nós não pensamos assim, os operadores é que estão agarrados a um legacy que pertence ao passado. O operador tem de se preocupar em prestar o melhor serviço e dar a conectividade, a quebra de rentabilidade que os operadores reclamam tem a ver com os tarifários ilimitados que começaram todos a fazer, a oferta do 3 e 4P’s, que foi um tiro no pé e a questão do roaming que aí sim, houve um grande impacto economicamente”⁸

No mesmo sentido, o Google e o Netflix consideram que o tarifário no móvel é a drive do negócio dos operadores (cujos *revenues* têm aumentado via evolução de consumo de dados dos serviços OTT).

“O que tem afetado os operadores nos últimos dez anos tem sido a concorrência entre pares em benefício do consumidor e as tarifas de terminação do móvel. A reclamação antiga era: Nós tínhamos de distribuir todos os dados / conteúdos o que representava um grande encargo. Hoje o discurso dos operadores é diferente: Nós conseguimos distribuir os dados”⁹

“Cada vez mais as pessoas vão utilizar a Internet uma vez que os OTT como o Netflix consomem muita largura de banda. Se não existisse este aumento de procura muito provavelmente os operadores veriam o seu mercado diminuir a longo prazo”¹⁰

Por outro lado, o Google considera que os operadores possuem atualmente custos mais baixos em termos de manutenção e atualização da rede (uma vez que a tecnologia permite uma maior eficácia da infraestrutura).

“A AT&T publicou recentemente que os seus custos de distribuição de dados diminuíram cerca de 90% em poucos anos. A tecnologia está em desenvolvimento acelerado possibilitando a distribuição de mais dados e de forma mais eficiente”¹¹

Numa realidade mais global, e de acordo com a CCIA, o modelo de negócio devia de passar pelos operadores percecionarem a exigência da banda larga como algo positivo pois ao se aumentar a qualidade do serviço num todo faz com que o consumidor esteja disposto a pagar mais.

“O importante é verificar qual a abordagem dos operadores, os que veem a exigência de banda larga como positivo levam à criação de redes de nova geração 4 e 5G e alteram a sua estratégia de preços para suportar todo o investimento realizado. Os operadores que veem a exigência de banda larga como algo negativo porque não podem subir os preços e precisam de investir não vão conseguir estar no mercado”¹²

⁸ Verbatim da entrevista realizada a um Fornecedor de *software* e de aplicações, Prestador de serviços de mensagens instantâneas e Motor de busca

⁹ Verbatim da entrevista realizada a um Motor de busca e Plataforma de disponibilização de conteúdos

¹⁰ Verbatim da entrevista realizada a uma Plataforma de disponibilização de conteúdos

¹¹ Verbatim da entrevista realizada a um Motor de busca e Plataforma de disponibilização de conteúdos

¹² Verbatim da entrevista realizada a Outras entidades

Nos países cujas ARN foram entrevistadas, o funcionamento do mercado passa essencialmente:

- Por os operadores estabelecerem franquias de planos de dados por gigabytes (quem utiliza mais paga mais) e os utilizadores finais poderem subscrever diretamente alguns serviços OTT – Brasil;
- Pelo preço praticado no fixo e no móvel - Reino Unido e Alemanha;
- Pelo preço praticado no móvel - Eslovénia e Holanda.

6.2. Papel da Inovação e Desenvolvimento

A inovação na área das telecomunicações é um requisito premente do consumidor e por tal, grande parte dos entrevistados, nomeadamente os segmentos dos Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, de alguns Operadores de Televisão e Produtores de conteúdos e dos Fornecedores de *software*, de aplicações e de plataformas de conteúdos, consideram que o desenvolvimento de novos serviços faz parte integrante da sua estratégia de mercado.

O Google, em particular, tem realizado um esforço contínuo na inovação mas também tem investido em infraestruturas (cabos, *data centres*, etc.) com o objetivo de assegurar que os seus conteúdos/dados cheguem de forma segura e o mais rápido possível ao utilizador final.

“Também temos investido em infraestruturas, em network entre os nossos data centers. O investimento total em OTT é de 100 milhares de milhões em 3 anos, em que parte deste valor é realizado na Europa”¹³

Da mesma forma, o Netflix refere que tem investido na otimização da distribuição de tráfego.

“Temos realizado acordos com os fornecedores de serviços de Internet onde colocamos os nossos CDN’s nas redes por forma a não existir congestionamento e permitir uma boa experiência de visualização...”¹⁴

No entanto, existem alguns obstáculos ao desenvolvimento por parte de dois segmentos:

- Os operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas não avançam com mais OTT próprios porque segundo dizem são regulados pelo quadro normativo aplicado às telecomunicações tradicionais, não conseguindo concorrer com as mesmas condições dos fornecedores de OTT;
- Os Operadores de Televisão através da sua oferta OTT (ex., TVI Player) não estão presentes nos pacotes ilimitados dos operadores pelo que tendem a ser preteridos pelos utilizadores finais, uma vez que o visionamento dos seus conteúdos consome muitos dados.

¹³ Verbatim da entrevista realizada a um Motor de busca e Plataforma de disponibilização de conteúdos

¹⁴ Verbatim da entrevista a uma Plataforma de disponibilização de conteúdos

6.3. Estratégias seguidas pelos principais intervenientes no sector

As estratégias utilizadas pelos segmentos que sentem mais o impacto dos OTT passam por reinventar o seu modelo de negócio:

- Os **Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas** tendem a apostar em novos serviços (na sua maioria OTT) para responder às exigências do seu utilizador final e para criar uma identidade diferenciadora junto da concorrência direta. Por outro lado, estão a tentar dialogar com os fornecedores de OTT por forma a chegarem a um acordo em termos de sustentabilidade do modelo de negócio;
- Os **Operadores de Televisão e os produtores de conteúdos** apostam em levar os conteúdos ao consumidor final uma vez que a televisão linear tende a decrescer. Neste contexto, o Replay TV surge como um produto inovador que poderá “fechar mercado” a um eventual OTT. A FremantleMedia, em particular, produz a nível mundial conteúdos para o Youtube.

“Nós somos dos maiores produtores mundiais para o Youtube através de três grandes formatos que são os Ídolos, o Got Talent e o Factor X, temos ao todo 270 canais ativos no Youtube ...”¹⁵

Para os restantes entrevistados:

- Os **Fornecedores de software e de aplicações, prestadores de serviços de mensagens instantâneas, Motores de busca e Plataformas de disponibilização de conteúdos** apostam numa constante atualização visando serviços que tragam ao mercado (e ao utilizador final) inovação e diferenciação.

A Microsoft através do Skype vai investir também na vertente empresarial uma vez que se trata de um mercado em crescimento. No futuro, a Microsoft considera que a evolução passa igualmente pela realização de parcerias gerando uma situação de *win win* para o fornecedor de OTT, para o operador e para o utilizador final.

A IBM tem como objetivo apostar fortemente em soluções especializadas para comunidades profissionais (área médica, da engenharia, etc.).

O Google pondera introduzir no mercado novos serviços em que um dos desenvolvimentos passa pelo motor de busca proporcionar informação ao invés de fornecer o *link* sobre o assunto que se procura. Paralelamente, trabalha-se também no sentido de permitir, cada vez mais, uma pesquisa mais rápida.

O Netflix possui para Portugal uma estratégia a longo prazo, começando a construir o negócio, numa primeira fase, a nível das licenças.

- As **Associações de consumidores e Entidades públicas nacionais** estão expectantes e atentas ao que se passa no mercado no sentido de avaliarem, por um lado, se o utilizador final é beneficiado e, por outro lado, se não há abusos de posição dominante quer dos operadores quer dos fornecedores de OTT.

¹⁵ Verbatim da entrevista a um Produtor de Conteúdos

Para além do segmento dos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas (vide seção 6.3.1.), algumas entidades apresentam como estratégia o desenvolvimento de OTT próprios:

- **Operadores de Televisão e Produtores de conteúdos:**

RTP – RTP Play (que abarca oito canais de televisão e cinco canais de rádio);

TVI – TVI Player. A Media Capital está a desenvolver OTT para a rádio;

SIC – Não possui em Portugal OTTs uma vez que os contratos de distribuição que possui com os canais cabo não o permitem. No entanto, estão a trabalhar numa oferta OTT para as comunidades emigrantes;

Produções Fictícias – Possui uma aplicação (*App*) própria para distribuir os seus conteúdos em telemóveis inteligentes e tablets;

FremantleMedia - Possui OTT próprios via plataformas de conteúdos da RTL (umas pagas e outras gratuitas) direcionadas ao utilizador final europeu.

- **Fornecedores de *software* e de aplicações:**

Microsoft – Skype (de consumo e empresarial) - Trata-se de uma ferramenta de colaboração que permite fazer chamadas de vídeo, de voz, partilhar documentos e fazer mensagens instantâneas com uma ou múltiplas pessoas a partir de qualquer lugar do mundo;

IBM – Possui OTT em redes privadas em que os serviços funcionam numa perspetiva infraestrutura (são aplicativos para onde é transferida a carga dos servidores privados cuja execução fica fora do parque de máquinas do cliente/empresa) e ferramentas de serviços de *software* (para a realização, por ex., de análises preditivas).

Para o segmento dos Operadores de televisão e Produtores de conteúdos e o segmento Fornecedores de *software* e de aplicações, não existe atualmente qualquer tipo de contenção ou bloqueio dos seus conteúdos ou serviços OTT.

A RTP, em particular, considera que poderá existir algum favorecimento do tráfego do próprio operador, como por ex., o MEO Go na rede TMN funcionar melhor do que a RTP Play.

No que respeita à **fonte de receitas**, verifica-se que a remuneração dos Fornecedores de *software*, Fornecedores de aplicações, Plataformas de disponibilização de conteúdos e Motores de busca advém, por exemplo:

- No caso do Skype - Da publicidade (para o utilizador residencial) e da subscrição do serviço (para as empresas);
- No caso da IBM - Do modelo financeiro do pagamento por utilização (“*pay your use*”) ao dia, mês ou ano;
- No caso do Google – Publicidade *online* e através de App’s que possuem um custo associado.

- No caso da Netflix – *Fee* de subscrição mensal (entre 7 a €12) suportado pelo utilizador final. Caso o serviço fique mais apelativo, com mais conteúdos licenciados, o preço poderá aumentar.

As fontes de receitas do segmento dos Operadores de rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas são as mensalidades que cobram aos utilizadores finais que, de acordo com este segmento, baixaram substancialmente ao longo dos últimos anos.

6.3.1. Estratégias seguidas pelos operadores de redes fixas e móveis para fazer face aos serviços OTT

A estratégia dos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas passa por criar uma boa experiência de utilização ao seu cliente.

Neste sentido, foram referidas parcerias com o objetivo de proporcionar um serviço de maior qualidade:

- Cabovisão com o Google e o Facebook – Acordos de interligação sem contrapartidas financeiras independentemente do negócio que possa ser gerado;
- NOS com os serviços WhatsApp, Skype e SnapChat no tarifário WTF – Trata-se de relações informais sem acordos comerciais;
- MEO com os serviços WhatsApp, Skype e SnapChat no tarifário Moche – Trata-se de parcerias sem *trade-offs* (onde não há pagamento de tráfego ou de qualquer tipo de compensações);
- Vodafone com o serviço Spotify - O tráfego é pago mas a mensalidade da funcionalidade *premium* (que permite fazer *downloads* e ter acesso a conteúdos do Spotify *offline*) é oferecida.

No caso da G9Telecom, Lycamobile e CTT (Phone-ix) não existem parcerias envolvidas.

Em termos de futuro, as parcerias aparecem como muito valorizadas uma vez que são uma forma de sustentabilidade do negócio e de inovação. Neste seguimento, e em dois casos, foram referidas possíveis parcerias futuras:

- Lycamobile – Parcerias com produtores de conteúdos (por forma a preencher necessidades dos seus clientes);
- Cabovisão – Parcerias com fornecedores de OTT para que a rede consiga comportar serviços de qualidade.

Para as restantes entidades entrevistadas as parcerias entre os operadores e os fornecedores de OTT são valorizadas desde que sejam em prol do utilizador final e do seu direito de opção e liberdade de escolha.

Outra das estratégias a ser desenvolvida pelo segmento dos Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas passa por possuírem OTT próprios:

- G9Telecom – Possui serviços OTT no âmbito das telecomunicações fixas como a leitura de consumos de água (que funciona pelo sistema de telefonia fixa);
- Lycamobile – Está a desenvolver duas aplicações no contexto das chamadas internacionais orientadas não só para o seu cliente de SIM (*subscriber Identity Module*) como para qualquer consumidor, com pacotes ilimitados de minutos de chamadas de voz e SMS;
- NOS – Possui dois serviços OTT: uma que permite alugar e comprar vídeos através de diversos dispositivos (PC, tablete, etc.,) independentemente do fornecedor de Internet; Outra de acesso remoto ao serviço fixo que permite realizar chamadas (tipo Skype) dentro do conceito da mobilidade (onde se consegue aceder ao serviço em qualquer ponto que o cliente esteja independentemente da rede que utilizar);
- Cabovisão – Possui uma OTT que permite que os seus clientes visionem os canais de televisão através do tablete ou do telemóvel;
- MEO – Possui três OTT, o MEO Go (serviço de televisão); MEO Music (serviço de fluxo contínuo de dados (*streaming*) que permite ouvir música em qualquer lado) e o MEO Drive (navegador);
- CTT (Phone-ix) – Possui serviços OTT que permitem abarcar várias soluções: de georreferenciação (com a localização das estações de correio mais próximas), de serviço de portagens (conhecimento das portagens que se tem de pagar através de qualquer dispositivo portátil), de comércio eletrónico e de *track & trace*;
- Vodafone – Message Plus (serviço enriquecido de mensagens instantâneas em que se pode adicionar diversas funções como acrescentar bonecos, comunicar com vários utilizadores ao mesmo tempo e partilhar ficheiros). Em mercados como a Alemanha e Espanha, a Vodafone lançou o Callplace (chamadas de voz ou vídeo associadas a outros conteúdos como a partilha de ficheiros, partilha de apresentações, etc.,). De acordo com a Vodafone, e apesar do desenvolvimento de OTTs fazer parte da sua estratégia de diferenciação, tal está atualmente condicionado uma vez que estão sujeitos ao mesmo enquadramento legal dos serviços tradicionais.

Na sua maioria, o desenvolvimento do próprio OTT não traduz uma resposta direta aos serviços OTT mas uma reação ao mercado (que valoriza e exige serviços inovadores e tecnológicos) e à concorrência (no sentido da diferenciação).

Em alguns casos (NOS, Cabovisão, MEO e Vodafone), foi referido que a opção por pacotes ilimitados de minutos de chamadas e SMS foi uma estratégia para adequar a oferta às necessidades dos utilizadores finais (no sentido de desenhar o pacote mais apelativo para os clientes) e não tanto como uma resposta ao surgimento dos OTT. No entanto, a inclusão de SMS nos pacotes ilimitados foi uma forma de abrandar o seu declínio perante as alternativas de mensagens instantâneas de alguns OTT.

Em termos de futuro, a maioria dos operadores não considera introduzir qualquer alteração a nível dos preços praticados – A oferta existente é bastante competitiva e como tal não se prevê uma baixa de preços; Por outro lado, o aumento do custo a imputar ao utilizador final não surge como uma solução:

- Seria um retrocesso no mercado que o consumidor viria de mau grado;

- Se apenas um operador aumentar os preços, os clientes migram para a concorrência;
- Se todos os operadores optarem por aumentar os preços, as entidades reguladoras competentes classificariam de uma ação concertada e atuariam em consonância.

No entanto, para alguns entrevistados como a Microsoft/Skype/Bing, IBM e CClA o ajustamento do preço junto do utilizador final é a estratégia que fundamenta a sustentabilidade do negócio.

“Para os operadores que ajustarem o seu preço e o “cost base” o impacto vai ser positivo pois vão conseguir providenciar as redes de nova geração e colocar preços em conformidade. Temos como um bom exemplo o Reino Unido onde existiu um ajustamento entre o que é cobrado e a capacidade da rede independentemente das aplicações que os consumidores utilizam”¹⁶

De acordo com a CNMC, a estratégia da maioria dos operadores em Espanha tem passado, ao longo dos últimos anos, pela prática de *flat rates* com o objetivo de antecipar a concorrência de certos OTT.

“De há uns anos para cá os operadores optaram por ter flat rates e isso fez que alguns serviços, como o Skype, por exemplo, não tivessem tanta penetração em Espanha. Cá, o Skype é utilizado sobretudo para as chamadas internacionais”¹⁷

Por outro lado, estão também a realizar parcerias com os fornecedores de serviços OTT (apesar de não estar ainda definido o modelo comercial) e a desenvolver OTT próprios (como por exemplo, o Yomvi da Movistar).

A CClA, em particular, considera que os operadores deviam de apostar mais na inovação como forma de diferenciação, ao invés de colocarem o seu foco apenas no desenvolvimento das redes/infraestruturas.

Os bloqueios de conteúdos e aplicações não fazem parte da estratégia dos operadores – Alguns referem a gestão de tráfego no sentido da discriminação positiva para garantir a qualidade de rede aos utilizadores finais – Dá-se prioridade à voz, a seguir ao vídeo e por fim ao *browser*.

“Em algumas situações como no peer-to-peer é necessário tomar algumas decisões de priorização para que haja uma satisfação dos clientes no seu todo, ou seja, para que os clientes tenham uma melhor experiência de utilização pode-se recorrer a algumas medidas de priorização que respeitam o que está regulamentado pelo TSM (Telecom Single Market)...”¹⁸

Na realidade internacional e de acordo com as entidades reguladoras entrevistadas também não se verifica qualquer tipo de contenção ou bloqueio de serviços OTT:

- Brasil – Já existiram há cerca de oito anos registos de bloqueio do Skype pela Brasil Telecom em Brasília mas atualmente a ANATEL não tem conhecimento de qualquer tipo de contenção ou de priorização de tráfego. Os operadores estão a realizar os investimentos necessários para correr o tráfego dos OTT;

¹⁶ Verbatim da entrevista realizada a Outras entidades

¹⁷ Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

¹⁸ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

- Reino Unido – Houve em tempos alguns operadores que bloquearam determinados OTT mas tal prática deixou de existir em 2014 porque foi assinado, por todos os operadores, um acordo de códigos e regras que não permite qualquer tipo de bloqueio ou contenção de tráfego;
- Alemanha – No passado um operador de rede de distribuição de televisão por cabo bloqueou o acesso a dados mas foi um caso isolado. Atualmente, não existe qualquer tipo de contenção ou bloqueio de serviços OTT funcionando na íntegra o princípio da neutralidade da Internet;
- Eslovénia – O país possui leis para assegurar uma Internet neutral pelo que não existe qualquer tipo de contenção ou bloqueio de OTT nem existem registos de diferenciação nem de priorização de tráfego;
- Holanda – Há dois anos que é proibido por lei bloquear ou discriminar qualquer tipo de conteúdo ou aplicações. Antes de a lei entrar em vigor existiam situações de bloqueio sobretudo sobre as aplicações de VoIP;
- Espanha – Não existe bloqueio de conteúdos ou aplicações mas realiza-se alguma diferenciação de tráfego de acordo com os dados consumidos (em que um serviço com VoIP incluído possui um preço mais elevado do que uma oferta básica);
- França - No passado houve situações de bloqueio de conteúdos ou de aplicações com o Dailymotion em 2007 e entre o operador Free e o Youtube em 2012. Atualmente, apenas existem casos de gestão de tráfego, como por exemplo no serviço IPTV, com o objetivo de criar espaço na rede para os serviços tradicionais de internet.

A CCIA, em particular, refere que alguns dos seus associados relatam situações de discriminação e de bloqueio de tráfego.

“Nós somos uma associação e não tenho casos concretos mas muitos dos nossos membros relatam situações de discriminação e de bloqueio. Algumas companhias bloqueiam e depois deixam de bloquear e passado algum tempo bloqueiam novamente. O que nos tem chegado são bloqueios técnicos, a discriminação através do preço especialmente no VoIP ou discriminação no peer point, no sentido de saturar o peer point, existindo contenção do tráfego ou exigindo-se um pagamento”¹⁹

As estratégias que as ARN de outros países indicam estarem a ser seguidas pelos operadores passam por estes desenvolverem OTT próprios e pela consolidação do mercado (por forma a permitir mais escala).

“Aqui, por ex., a Telefónica comprou a GVT e isso vem compensar de alguma maneira a perda de rentabilidade que cada um deles teve...”²⁰

Para a ARCEP, as estratégias utilizadas pelos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas passam por oferecer serviços diferenciados (*over-the-top*) e a perspetiva é a de que serão também futuros fornecedores de OTT.

“O ISP Orange, por exemplo, possui uma oferta de chamadas internacionais, Libon, que é um serviço OTT que permite telefonar a preços baixos para o estrangeiro ou do estrangeiro para França, achamos

¹⁹ Verbatim da entrevista a Outras entidades.

²⁰ Verbatim da entrevista realizada a uma Entidade reguladora

que vai ser esse o caminho. No futuro, alguns ISPs poderão comprar ações de certos fornecedores de OTTs nomeadamente a nível da música ou do vídeo streaming”²¹

Na Holanda, os operadores de redes de comunicação eletrónicas tentaram equilibrar o seu modelo de negócio especialmente a nível do móvel, tendo aumentado os tarifários.

O Google, apesar de não ter presente o que se passa em Portugal referiu que em alguns países existe contenção ou bloqueio por parte dos operadores, assim como diferenciação ou priorização de tráfego.

Da mesma forma, o Netflix identificou situações de diferenciação ou priorização de tráfego em países onde os operadores possuem o serviço de vídeo a pedido.

“Em países onde o próprio ISP possui vídeo on demand nós temos de pagar para entrar na network. Se não existir este pagamento se calhar o Netflix iria funcionar mais lentamente enquanto o serviço do operador, provavelmente, teria um tratamento preferencial. Quando verificamos situações destas na Europa alertamos as autoridades para que tenhamos a mesma capacidade de acesso à network e que os nossos conteúdos consigam chegar aos subscritores”²²

6.4. Cadeia de valor associada à prestação de serviços OTT

De uma forma geral, os **Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas** não se posicionam contra o desenvolvimento dos serviços OTT, por toda uma inovação e tecnologia inerentes mas têm necessidade de partilhar os custos do investimento numa rede que comporte todo o tipo de oferta.

“É um cenário que tem de ser mudado, existem atualmente muitas conversas informais entre os operadores e os fornecedores de OTT mas ainda não há consenso...na perspetiva dos acionistas, poderá ser uma solução o abrandamento do investimento na rede, uma vez que não tem havido o respetivo retorno, há um ano atrás um giga de Internet móvel custava €15.45, atualmente 2 gigas custam €7,49. Num espaço de doze meses duplicou-se o limite e houve uma redução de custo de fator 4”²³

“Os operadores são as entidades que contribuem para a economia em geral pois são os únicos que dão o seu contributo para o produto interno bruto. A agenda digital da comissão Europeia define para 2020 que 100% dos cidadãos europeus têm de ter acesso a serviços de banda larga até 30 megabits de velocidade e 50% dos cidadãos têm de ter acesso a serviços com 100 megabits por segundo que é um objetivo que vai onerar os operadores e os OTT deviam de entrar neste objetivo. Para se criar um ambiente sustentado e equilibrado para todos os intervenientes sem comprometer a concorrência e a inovação tem de haver uma partilha do ónus que hoje está apenas do lado dos operadores”²⁴

O **segmento dos Operadores de Televisão e Produtores de conteúdos** percecionam como positivo o facto de os OTT poderem dispersar o visionamento dos seus conteúdos chegando a um maior número de consumidores. Por outro lado, ao desenvolverem os seus próprios serviços OTT (RTP, TVI e Produções Fictícias) ganham em inovação e qualidade de serviço. Para a Produções Fictícias, o distribuidor de conteúdos passará, no futuro, a ser digital.

²¹ Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

²² Verbatim da entrevista realizada a uma Plataforma de disponibilização de conteúdos

²³ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

²⁴ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

Os **Fornecedores de software e de aplicações, Prestadores de serviços de mensagens instantâneas, Motores de busca e Plataformas de disponibilização de conteúdos** vão continuar a desenvolver o seu serviço no sentido de ganhar escala dependendo da infraestrutura dos operadores para garantir a qualidade global. No caso da IBM são realizados concursos com os vários operadores existindo posteriormente um contrato exclusivo para suportar um determinado serviço. O Netflix tem estado a investir no próprio serviço comprando novos conteúdos, adaptando a sua oferta ao que é valorizado pelo consumidor e obtendo licenças em cada país onde opera.

As **Associações de consumidores e Entidades públicas nacionais** valorizam os OTT uma vez que o utilizador final vai ser beneficiado através da prática de preços mais baixos, pela maior diversidade de serviços, pelo acesso à tecnologia (através de processos mais simples e desburocratizados) e pela inovação. Trata-se de um contexto percecionado como muito dinâmico e apelativo especialmente para os consumidores mais jovens.

As **Entidades reguladoras** identificam os OTT como serviços que trazem valor acrescentado ao mercado uma vez que são baseados na inovação e tecnologia e, por tal, vêm agilizar e dinamizar o setor das telecomunicações.

“Existem mais conteúdo e aplicações disponíveis que enquanto serviços vão aumentar a eficácia a nível das conexões de banda larga”²⁵

No segmento Outros, a CCIA considera que os serviços OTT trazem valor ao dia-a-dia dos consumidores pela conveniência (*convenience*) e custo baixo.

“Por exemplo, o Skype e o WhatsApp, entre outros, facilitam a vida das pessoas que conseguem comunicar através de vídeo e partilhar fotografias de forma gratuita e isto era algo que não era possível acontecer através das comunicações tradicionais, ou se acontecia tinha um custo enorme”²⁶

²⁵ Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

²⁶ Verbatim da entrevista realizada a Outras entidades

7. Impacto sobre os vários serviços de comunicações eletrónicas e sobre a oferta de conteúdos

7.1. Impacto dos serviços OTT na oferta e procura dos diferentes serviços de comunicação eletrónica

Globalmente, todos os segmentos entrevistados referiram que o setor das comunicações eletrónicas tradicionais sofreu um impacto negativo a nível da procura de certos serviços:

- Diminuição/canibalização dos serviços SMS, MMS e Voz;
- Declínio de utilização das comunicações internacionais;
- Diminuição do número de clientes de correio físico em prol do *e-mail*, percecionado como OTT (CTT – Phone-ix);
- Declínio de visionamento da televisão linear pela introdução do fluxo contínuo de vídeo. No entanto, e de acordo com algumas entidades (RTP, TVI, Google, Valentim de Carvalho) consome-se mais televisão do que há uns anos atrás, apenas diferindo a forma e nos momentos de visionamento.

“O mercado da televisão não deixou de crescer pelo facto de estar no negócio dos operadores de telecomunicações. Hoje em dia os conteúdos chegam ao utilizador final de forma diferente através do streaming e a televisão linear teve um grande declínio (inclusive, o peso da publicidade baixou 50% nos últimos 6 anos)”²⁷

Para a FremantleMedia, a subscrição de canais pode não sofrer um grande impacto uma vez que possuem como oferta o desporto e os noticiários (conteúdos que são muito valorizados pelo utilizador final mas que as plataformas de fluxo contínuo não fornecem, nem são o seu core business).

Está presente junto da maioria dos Operadores de rede e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas que existe um consumo crescente das novas plataformas mas não se conhece o volume de tráfego subjacente.

Paralelamente, regista-se por parte deste segmento uma diminuição de receitas (a base de clientes da rede móvel tem vindo a reduzir), pelo novo modelo de funcionamento do mercado (vide figura 6.1.1).

Pontualmente, foi também referida uma quebra de receitas por parte dos produtores de conteúdos uma vez que dependem da televisão linear.

“Houve uma quebra de receitas da televisão linear uma vez que mudou o padrão de visionamento dos consumidores e, conseqüentemente, os produtores de conteúdos foram também afetados pois a nossa fonte principal são os canais generalistas”²⁸

Conseqüentemente, tem existido também uma quebra a nível da produção de conteúdos nacionais.

²⁷ Verbatim da entrevista realizada a uma Produtora de conteúdos

²⁸ Verbatim da entrevista realizada a uma Produtora de conteúdos

No segmento dos Fornecedores de aplicações, Plataformas de disponibilização de conteúdos e Motores de busca, o Google não tem presente o tempo despendido na utilização dos seus OTT mas sabe que os consumidores gastam mais tempo *online*, sobretudo via aplicações no móvel.

A entrada do serviço Netflix em Portugal poderá provocar, para alguns entrevistados, um impacto negativo no mercado:

- O facto de necessitar de maior largura de banda pode levar à necessidade de investimentos na rede que ultrapassem a capacidade financeira dos operadores;
- O consumo da televisão linear vai diminuir levando as televisões a apostar na divulgação de conteúdos;

*“O videostreaming está a afetar a indústria do audiovisual que vai ter de arranjar novas receitas, os canais privados vão ter de ser reformular, até aqui tivemos o negócio das chamadas 760 que suportou os anos de crise mas que atualmente estão em declínio, por isso é preciso procurar novas formas de sobrevivência como a venda de conteúdos para outros países, novas produções além-fronteiras e até, porque não? A venda de conteúdos nacionais para o próprio Netflix...”*²⁹

- A indústria cinematográfica vai ser afetada uma vez que o Netflix não vai estar sujeito ao pagamento de taxas (4% sobre toda a publicidade que é passada nas televisões generalistas e canais de cabo que tenham publicidade e €3,50/ano por cada assinante que subscreve os serviços de televisão). Por outro lado, não tem a obrigação de investir um determinado valor em produção e em direitos de filmes nacionais.

*“A grande desvantagem da introdução dos serviços OTT de vídeo em Portugal tem a ver com o facto de não serem obrigados a apresentar conteúdos nacionais, se não são obrigados não vão dinamizar a indústria que já é praticamente inexistente. Acho que deveria de existir um sistema de contribuição para o desenvolvimento da produção do audiovisual nacional em que os OTT ficariam em igual circunstância dos Operadores de Televisão portugueses, que para terem alvará são obrigados a produzir em língua portuguesa”*³⁰

Para a FremantleMedia, em particular, o Netflix não terá tanto sucesso em Portugal (como está a ter em outros países) não só pelo facto do cabo possuir uma grande penetração mas também porque se trata de um serviço pago e por a população portuguesa ser bastante envelhecida (e menos recetiva a este tipo de serviços).

Para algumas associações de consumidores, como a UGC, a desvantagem associada aos serviços OTT tem a ver com o facto de as eventuais parcerias realizadas com os operadores sejam em prol do negócio ao invés do utilizador final.

Nos países das entidades reguladoras entrevistadas, o impacto dos OTT passa pelo mesmo padrão assinalado para Portugal: Declínio sobretudo dos SMS e também da voz. Paralelamente, houve também uma quebra a nível da rentabilidade dos operadores (sobretudo no mercado brasileiro, alemão, holandês e espanhol).

*“No último trimestre a voz na telefonia móvel decaiu para números nunca antes vistos e isto para não falar nos SMS que foi um tombo...por tudo a rentabilidade das prestadoras decaiu”*³¹

*“Em 2011 os SMS no mercado alemão valiam cerca de 60 milhares de milhões e em 2014 valiam 22 milhares de milhões...”*³²

²⁹ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de televisão

³⁰ Verbatim da entrevista realizada a um Produtor de conteúdos

³¹ Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

³² Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

*“As estatísticas revelam que houve uma diminuição dos SMS e das chamadas telefónicas...os consumidores usam menos serviços de voz porque utilizam mais as redes sociais e quando recorrem não utilizam os meios tradicionais mas antes serviços como o Skype, por ex.”*³³

*“Os SMS tiveram uma queda dramática...”*³⁴

Em França, e de acordo com a ARCEP, existe um ligeiro declínio nas receitas especialmente no móvel mas tal não é associado ao impacto causado pelos serviços OTT mas antes à entrada, em 2012, de uma quarta entidade no mercado.

Na Eslovénia, em particular, não se verificou um grande impacto nos serviços tradicionais de comunicação assim como não existiu uma grande quebra a nível das receitas dos operadores.

*“O consumo total diminuiu cerca de 2%, no móvel o VoIP decresceu em algumas operadoras, 7,3% e 12% mas aumentou em outras, uma cresceu 2,7% e outra 7,1%...”*³⁵

Para a CCIA existe atualmente um declínio dos SMS (apesar das mensagens no seu todo representarem uma grande percentagem de utilização) e da voz e uma manutenção do consumo de *broadcasting* (teledifusão) tradicional.

*“Tenho dados de junho 2015 que referem que apesar dos SMS terem descido um pouco as mensagens possuem uma grande fatia de utilização, 80% de toda a população mundial troca mensagens diariamente incluindo as que são enviadas através do WhatsApp, Viber, Skype, etc. Relativamente às chamadas de voz os dados não são tão explícitos pois depende se são chamadas internacionais, domésticas ou locais mas a nível do videocalling, por exemplo, a descida parece-me que é drástica mas tudo depende da forma como o mercado é definido. Em relação à televisão tenho dados mais precisos que indicam que nos últimos 50 anos o visionamento de televisão tem estado estável a nível de horas de consumo. Os dados fornecidos pelo regulador do Reino Unido indicam que o número médio de horas de visionamento de televisão do consumidor britânico é de 125 horas por mês enquanto o número médio de horas na Internet por mês é de 35 horas. Para fechar esta pergunta cito um antigo responsável pelo Ofcom numa conferência realizada há alguns anos atrás em que dizia que a televisão é a barata no apocalipse da Internet (ou seja, que a televisão vai viver eternamente)”*³⁶

Como contraponto a um cenário percecionado como mais negativo, houve **registo de alguns aspetos classificados como positivos para o setor das comunicações eletrónicas em Portugal:**

- Geração de mais tráfego (e consequentemente de receita) pelo facto do utilizador final consumir um maior leque de serviços e serviços que consomem mais dados (como o fluxo contínuo de vídeo e as aplicações que estão associadas ao vídeo);

*“Houve aumentos de consumo, o acesso à Internet triplicou nos últimos quatro anos impulsionado sobretudo pelo Skype. O Skype angariou clientes, desde o consumidor que emigrou ao utilizador com mais idade que utiliza este meio para comunicar com os seus familiares”*³⁷

*“Verifica-se uma intensificação do uso da Internet sobretudo através do vídeo, que como a música exige muita rede, por exemplo o AutoPlay do Facebook consome muita banda...”*³⁸

³³ Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

³⁴ Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

³⁵ Verbatim da entrevista realizada a uma entidade reguladora

³⁶ Verbatim da entrevista a Outras entidades

³⁷ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

³⁸ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

- Segundo o operador móvel virtual CTT (que presta o serviço com a marca Phone-ix), a criação de novos negócios na área do comércio electrónico (e-commerce) impulsionou o serviço CTT Expresso (CTT- Phone-ix);
- Aumento de procura de conteúdos através de certos OTT, sobretudo do Youtube e do Facebook (RTP, TVI).

“Atualmente vê-se televisão de forma diferente...por ex., um vídeo do ‘The Voice’ já obteve 800 mil visualizações no Facebook”³⁹

Para o segmento dos Operadores de Televisão e Produtores de conteúdos e apesar da televisão linear estar em declínio, os serviços OTT estão a afetar de forma positiva toda a indústria do audiovisual uma vez que trazem muita inovação ao mercado e facilitam a distribuição de conteúdos.

“A grande vantagem tem a ver com o aumento de escolha que o utilizador final vai ter uma vez que consome o conteúdo quando quer e como quer”⁴⁰

De acordo com a Valentim de Carvalho, e apesar de alguns OTT como o Youtube permitirem uma maior visualização de conteúdos, tal nem sempre aparece como significativo.

“O máximo que se consegue no Youtube são cem mil ‘views’ que não têm muita expressão. O que tem impulsionado a procura dos nossos conteúdos tem sido o vídeo on demand.”⁴¹

Neste seguimento, a Valentim de Carvalho e a FremantleMedia consideram que os serviços OTT de fluxo contínuo colocam em causa a indústria do audiovisual em Portugal uma vez que não dinamizam a criação de conteúdos nacionais.

A FremantleMedia, em particular, perceciona o setor do audiovisual como desfavorecido (independentemente da presença dos OTT) uma vez que a lei não protege nem os produtores nem os criadores.

“Cá não existe uma indústria do audiovisual no bom sentido da palavra, até porque existe um termo que está na lei com o nome de ‘Obra de encomenda’ que significa que só tem por base a execução e que permite que os direitos do produtor e do criador transitem a 100% para uma estação de televisão”⁴²

Para a TVI, em particular, os operadores de televisão poderiam beneficiar ainda mais caso as suas plataformas estivessem incluídas nos pacotes ilimitados dos operadores.

Para o segmento supracitado, os direitos de propriedade intelectual são violados quando os serviços OTT são ilegais.

“Existem OTT piratas que passam conteúdos da RTP e de outros canais sem autorização e quando isso acontece e nós damos conta é muito chato, são casos que têm de ser resolvidos em Tribunal, por vezes levam muito tempo até se desligar o sinal”⁴³

“A nossa preocupação é quando existem cópias, por ex., de reality shows da TVI no Facebook, no Snapchat onde não temos qualquer capacidade de intervir, é terrível, neste momento até estamos em conversações com uma empresa, a CEPRO, que desenvolveu um conjunto de procedimentos contra a pirataria dos jogos de futebol”⁴⁴

³⁹ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de televisão

⁴⁰ Verbatim da entrevista realizada a um Produtor de conteúdos

⁴¹ Verbatim da entrevista realizada a um Produtor de conteúdos

⁴² Verbatim da entrevista realizada a um Produtor de conteúdos

⁴³ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de televisão

⁴⁴ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de televisão

Quando os serviços OTT são percecionados como legais (porque possuem uma empresa/entidade por detrás por oposição aos serviços OTT considerados como piratas) existem contratos de fornecimento (como por ex., com o Youtube) onde os direitos de propriedade intelectual são respeitados.

“Hoje em dia se eu colocar um conteúdo musical sem direitos no Youtube demora um segundo a ser identificado”⁴⁵

“O Youtube é o único que fornece ao produtor de conteúdos ferramentas para se poder retirar da rede tudo aquilo que não está previsto no contrato”⁴⁶

Neste contexto, a TVI reclama o facto dos direitos adquiridos sobre determinada produção própria não permitir a sua transmissão no espaço europeu.

Para a Valentim de Carvalho ainda existem casos de violação dos direitos da propriedade intelectual mas começa a existir alguma regulação no setor.

“Quando se apresenta uma queixa ao Youtube o conteúdo é imediatamente retirado do ar. Por outro lado a Apple, por exemplo, já possui um sistema de remuneração de autoria”⁴⁷

A FremantleMedia ressalta como preocupante a pirataria de conteúdos através de certos OTT, como o Pinterest ou o Periscope, que apesar de atuarem em grupos fechados não deixam de transmitir algo que pode ser propriedade de terceiros.

7.2. Necessidade de intervenção regulatória.

Para a maioria dos entrevistados, especialmente para o segmento dos Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, existe uma grande disparidade entre o que é exigido aos operadores face àquilo que não é imposto aos fornecedores de OTT (classificados por vezes como serviços da sociedade de informação).

“Não existe cumprimento das políticas de privacidade e proteção de dados por parte dos serviços OTT uma vez que estes não são abrangidos pelo quadro normativo dos operadores de comunicação...Existem vários serviços que os operadores só conseguem prestar mediante o consentimento prévio do cliente, o que não se aplica aos OTT como por exemplo, o WhatsApp, em que assume o direito de utilizar as fotografias que são utilizadas na plataforma para vender a terceiros algo que nós, operadores, não podemos fazer sem existir uma autorização prévia do consumidor. Há matérias relacionadas com o consumidor que só se aplicam aos operadores como por a transparência de contratos, a retratação (14 dias por lei) que é concedida aos consumidores quando os operadores prestam serviços porta a porta e que não é aplicada aos OTT. Por outro lado, é exigido aos operadores, por lei e por força das suas licenças, permitir a interceção de comunicações mediante mandato judicial ou disponibilizar os dados dos seus clientes aos órgãos de polícia criminal e às autoridades judiciais (tribunais e Ministério público) que oneram significativamente os operadores pois precisamos de ter recursos disponíveis para aceder à informação. Para além disso, o número de pedidos têm vindo a crescer exponencialmente uma vez que a criminalidade está a utilizar cada vez mais meios informáticos o que traz um incremento de custos e de tempo...”⁴⁸

Neste seguimento, e de acordo com os vários segmentos foram identificadas as seguintes necessidades em termos de regulação:

⁴⁵ Verbatim da entrevista realizada a um Produtor de conteúdos

⁴⁶ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de televisão

⁴⁷ Verbatim da entrevista realizada a um Produtor de conteúdos

⁴⁸ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas

- Definir regras de prestação de serviços na Internet (Lycamobile);
- Legalização de serviço – Pelo acesso à rede teria de existir uma contrapartida remuneratória/acordos de interligação (NOS, Cabovisão, MEO, CTT-Phone-ix);
- Criação de um espaço de economia digital comum, em que um serviço OTT desenvolvido num país europeu possa concorrer em qualquer espaço comunitário – sem existirem barreiras aos direitos dos conteúdos (Cabovisão);
- Aplicação de regras europeias aos fornecedores de OTT (MEO);
- Desregulação relativamente aos operadores nacionais (MEO e Vodafone);
- Existência de um quadro de normas que englobe os serviços de comunicações eletrónicas tradicionais e os OTT – Criar um novo paradigma regulatório que reflita o atual ecossistema do setor das comunicações (Vodafone);
- Supervisão das áreas de proteção de dados e da qualidade de serviço por parte dos OTT (CTT – Phone-ix);

Operadores de Televisão e Produtores de conteúdos

- Novo lançamento da televisão digital terrestre – Atualmente, os operadores de televisão possuem mais experiência pelo que podem avançar com propostas de mais canais por forma a diversificar a sua oferta global (SIC);
- Supervisão do mercado dos OTT sobretudo quando estes possuem por detrás entidades com grande poder de investimento e de desenvolvimento de plataformas (como o Facebook, a Apple ou o Google) que barram qualquer tipo de concorrência nacional. Trata-se de empresas que são difíceis de localizar, que funcionam a nível global e com quem não se consegue negociar contratos (RTP e TVI);
- Regulação do acesso às plataformas – Atualmente o acesso aos conteúdos é realizado de forma anárquica em que uns são privilegiados em relação a outros. Os produtores e distribuidores de rádio e televisão deveriam estar por defeito dentro da oferta ilimitada dos operadores (TVI);
- Constituição de uma equipa de projeto (com as televisões marcas e o regulador) por forma a chegar a um consenso de monitorização (para se ter acesso aos números relativos ao visionamento dos conteúdos através dos diversos dispositivos) e avaliar formas de combate à pirataria (TVI);
- Supervisão de eventuais conflitos de interesses entre quem distribui e quem é distribuído (Produções Fictícias);
- Existir uma “arquiestrutura” legal onde qualquer serviço de fluxo contínuo de vídeo estaria obrigado a produzir uma quota-parte de conteúdos nacionais (SP Televisão);

- Criação de uma organização europeia que controlasse os direitos de propriedade intelectual a nível dos OTT - à imagem do que acontece com a televisão por cabo cujas emissões são controladas pela AGICOA. Existir um enquadramento regulatório em que todas as entidades teriam de contribuir com uma percentagem do negócio que retiram do mercado português para a criação de conteúdos transnacionais (Valentim de Carvalho);
- Ser obrigatório para qualquer plataforma de vídeo a pedido produzir em Portugal, possuindo uma quota-parte do catálogo com conteúdos nacionais (FremantleMedia).

Fornecedores de *software* e de aplicações, Prestadores de serviços de mensagens instantâneas, Plataformas de disponibilização de conteúdos e Motores de busca

- A Microsoft/Skype/Bing considera que não há necessidade de medidas regulatórias – Para este interlocutor os OTT geram valor para o mercado (simplificam a vida da empresa e do consumidor e criam valor económico para a sociedade) sem interferir no negócio dos operadores (cujo impacto negativo foi criado pela regulação na itinerância internacional e pelo preço que praticam);

No mesmo sentido, o Google considera que os operadores que tenham serviços *online* deveriam ser regulados no mesmo “*level playing field*” mas não faz sentido regular os serviços OTT como se fossem serviços de telecomunicações uma vez que existe a regulação da concorrência *online*;

- A IBM defende que o regulador deverá exigir a todos os serviços OTT de origem portuguesa o mínimo de segurança e de encriptação de dados. Os OTT sediados fora do território nacional devem estar no âmbito da regulação europeia;
- O Netflix considera que os OTT já são regulados, assim como o comércio eletrónico, através da lei de proteção de dados e no caso do fluxo contínuo de vídeo, em particular, pela lei dos *media* e do audiovisual.

*“Estamos sediados na Holanda e por isso estamos regulados pela lei da proteção de dados e pela lei dos media holandeses. As leis em Portugal podem diferir um pouco das leis holandesas mas possuem a mesma formalização europeia por isso não existe necessidade de serem introduzidas novas regras na lei portuguesa ”*⁴⁹

Associações de consumidores e Entidades públicas nacionais

- Necessidade de assegurar no âmbito europeu a inclusão de fornecedores de OTT de fluxo contínuo de vídeo, como o Netflix, nos sistemas de apoio e de obrigações de cada país - Os reguladores têm de assegurar a igualdade de tratamento e uma equiparação funcional onde os novos agentes não podem ficar isentos das participações no contexto do cinema e do audiovisual que os operadores estão obrigados por lei (ICA);
- Supervisionar o registo dos diversos OTT no sentido de se conhecer quais os conteúdos que veiculam e em que condições o serviço é prestado.

⁴⁹ Verbatim da entrevista realizada a uma Plataforma de disponibilização de conteúdos

Paralelamente, há necessidade de se exigir o mínimo de informação a dar aos consumidores desde o preço à exclusão de certos serviços (UGC);

- Regular o funcionamento dos OTT em Portugal através do seu registo e de algum controlo técnico. Supervisionar os acordos que são feitos entre os operadores e os serviços OTT para que estas parcerias não prejudiquem o utilizador final. Regular a oferta dos pacotes de comunicações dos operadores uma vez que os serviços estão regulados apenas de forma individualizada (DECO);
- Supervisionar se as regras são cumpridas e se os OTT são certificados (registo de todo o tipo de serviço que corre na Internet). Paralelamente, o regulador deverá proteger o cidadão através da informação (ERC);
- Supervisionar a nível de todos os intervenientes no mercado (operadores e OTT) se existe uma posição dominante e/ou se está a adotar estratégias que levem à exclusão da concorrência (AdC);
- Criação de um quadro jurídico aplicado aos operadores e aos serviços OTT, para estabilizar as relações sociais (uma vez que todos os intervenientes sabem com o que contar em termos de deveres e direitos). Eleger uma entidade pública que tenha acesso a meios e instrumentos eficazes para que possa parar práticas abusivas e punir os responsáveis (Direção Geral do Consumidor);
- Existir um quadro regulatório com requisitos mínimos para os OTT em termos de “*privacy-by-design*” em que qualquer serviço teria de ser desenvolvido tendo por base todo um mecanismo de proteção. Para além da exigência destas medidas junto dos fornecedores de OTT, o regulador (quer a nível nacional quer a nível internacional) teria de divulgá-las pelo utilizador final. Por outro lado, seria necessário existirem diretivas no sentido de forçar os grandes fornecedores (como o Facebook e o Google, por ex.) a ter uma representação local com a qual fosse possível negociar de acordo com as regras de cada país (Comissão Nacional de Proteção de Dados).

No âmbito dos OTT, a maioria dos entrevistados não tem presente as **práticas regulatórias de outros países**. No entanto, foram registados os seguintes exemplos:

- Vodafone – Em alguns países da União Europeia o quadro regulatório do setor das comunicações eletrónicas aplica-se aos serviços OTT. Trata-se de um cenário que não é defendido pela Vodafone pois tal poderá ter um impacto negativo a nível do investimento, na inovação e na promoção de novos serviços;
- TVI – A Bélgica foi referida como um bom exemplo em termos de regulamentação - Em três anos conseguiu adaptar-se ao novo paradigma das comunicações alterando contratos para que todos os intervenientes (desde o utilizador final ao produtor de conteúdos) saíssem beneficiados. Por outro lado, trata-se de um país onde se conhece o consumo real dos conteúdos visionados via decodificador (gravação) ao contrário de Portugal, onde só se mede o visionamento direto (existindo apenas números aproximados do que é gravado);
- Microsoft/Skype/Bing – Alguns mercados asiáticos foram apontados como um mau exemplo de regulação uma vez que ao se optar por restrições na utilização

retrai também a procura, dificulta a vida ao consumidor e deixa-se de criar valor económico para o mercado;

- DECO – Os Estados Unidos da América foram apontados como um exemplo positivo na medida em que um prestador de serviços OTT ao apresentar um problema legal ou uma prática comercial mais agressiva (que possa ludibriar o consumidor) é chamado de imediato à responsabilidade e caso as regras não sejam alteradas deixa de poder exercer o seu serviço;
- ERC – A postura do regulador francês foi indicada como um exemplo a seguir uma vez que deu prioridade ao debate interno sobre o novo contexto das telecomunicações ao invés de produzir diretivas e emitir opiniões sem reflexão;
- SP Televisão, Valentim de Carvalho e FremantleMedia – O Brasil foi referido como um bom exemplo pelo facto de possuir uma lei que obriga os canais cabo (como a FOX que possui vídeo a pedido) a produzirem conteúdos localmente;
- FremantleMedia - A França foi referida como um exemplo a seguir a nível da proteção de direitos dos produtores de conteúdos.

As entidades reguladoras entrevistadas referiram as seguintes posturas em termos de práticas regulatórias:

- Brasil – A ANATEL está a tentar compreender como são as parcerias entre os operadores de redes de comunicações eletrónicas e os fornecedores de serviços OTT - Se existir um conflito na relação o regulador poderá intervir no sentido de tentar chegar a um acordo. Paralelamente, está a avaliar a possibilidade de desregulamentar as telecomunicações para que os operadores fiquem mais competitivos relativamente aos OTT. Para a ANATEL é mais razoável aligeirar o quadro regulatório dos operadores ao invés de colocar regras aos prestadores de serviços OTT (pois tal poderia, por um lado, limitar a inovação e, por outro lado, seria praticamente impossível regular um serviço que não esteja sediado no Brasil);

“Por ex., hoje a regra na entrega de SMS é de 30 segundos, mas como não é extensível para os OTT trata-se de uma normativa que deveria de ser retirada aos operadores. Nós achamos que há necessidade de equiparar as regras para garantir que os operadores possam competir de forma mais ampla com os OTT. No entanto, não temos ainda medidas regulatórias concretas, o que se está a fazer atualmente é analisar os relacionamentos para perceber como o mercado está estruturado e definir a cadeia de valor para que no futuro a ANATEL possa ter um posicionamento em consonância”⁵⁰

- Reino Unido – O OFCOM não sente tanta necessidade de uma intervenção regulatória uma vez que os serviços OTT estão sujeitos à regulação da Internet. Na mesma medida as diretrizes do audiovisual aplicam-se aos serviços de fluxo contínuo de vídeo como o Netflix;
- Alemanha – A grande discussão para a BNETZa passa por existirem regras para os serviços OTT a nível da proteção de dados, segurança e transparência. Apesar

⁵⁰ Verbatim da entrevista realizada a uma Entidade reguladora

de não ter promovido medidas regulatórias (uma vez que, atualmente, os fornecedores de serviços OTT cumprem as regras de privacidade e proteção de dados através da lei dos *media* e da lei geral de proteção de dados) a BNETZA está atenta ao mercado e caso comece a existir um grande domínio dos OTT vai intervir começando por pedir a estas entidades dados sobre os seus serviços;

- Eslovénia – A AKOS implementou algumas normas/códigos de conduta destinados aos utilizadores finais com o intuito de explicar como se fazem os contratos (quais os termos e as condições a ter em conta), que serviços alternativos de comunicações podem ser utilizados e onde encontrar informação segura na Internet. Relativamente ao mercado, a AKOS realiza com frequência uma monitorização e se verificar alterações significativas irá também analisar os serviços OTT. No entanto, defende que deveria de existir uma cooperação entre os vários reguladores europeus no sentido de se chegar a procedimentos comuns;
- Holanda – A abordagem atual resume-se essencialmente à observação e ao acompanhamento do mercado;
- Espanha – Apesar de não poder partilhar dados em concreto a CNMC está a trabalhar no enquadramento regulatório desde 2014 abrangendo a opinião de vários especialistas. Atualmente, a sua estratégia passa por estar atenta ao mercado podendo intervir caso haja alguma prática anti concorrencial. Paralelamente, através do BEREC, participa no desenvolvimento das diretivas europeias sobre o mercado das telecomunicações;
- França – A ARCEP defende a redefinição do conceito de comunicação eletrónica (que pode ser mais amplo e incluir alguns serviços OTT) e a necessidade de rever o escopo do que deve ser regulado.

No segmento Outros, a CCIA defende que existem atualmente muitas medidas regulatórias que são aplicadas aos serviços OTT como a regulação da privacidade, a lei da concorrência e a regulação do consumidor. Por outro lado, a grande questão a nível da regulação no setor passa pela flexibilidade, uma vez que se trata de um mercado que está em constante mudança e aceleração.

“O desafio é complexo para o regulador uma vez que se regula algo que se conhece, que é o passado, mas que se altera de forma muito rápida. Uma boa regulação em Portugal, ou em qualquer outro país, tem de ser flexível para não ser demasiado prescritiva e isto tem de acontecer não só no setor privado mas também a nível dos tribunais e do regulador português”⁵¹

Em termos da **política de privacidade e proteção de dados** grande parte dos entrevistados considera que as regras são cumpridas pelos operadores mas não são respeitadas pelos fornecedores de OTT.

No entanto, muitos referem que existe uma grande influência do utilizador final que coloca os seus dados em várias plataformas ou faz *download* de aplicações sem ler as cláusulas inerentes. Neste contexto, reclama-se uma maior intervenção do regulador no sentido de informar e esclarecer o consumidor.

“A Internet é a rua e para atravessar é necessário olhar para os dois lados, o fundamental é que o consumidor saiba estar no mundo digital que é cada vez mais real, acho que os consumidores ainda não interiorizaram os riscos associados à pegada digital e por isso há que intervir mais neste sentido...”⁵²

⁵¹ Verbatim da entrevista realizada a Outras entidades

⁵² Verbatim da entrevista realizada a uma Entidade pública nacional

Para a Comissão Nacional de Proteção de Dados, em particular, não existe garantia de cumprimento das práticas de privacidade e proteção de dados por parte dos serviços OTT. A razão prende-se essencialmente com o facto de existir dispersão de informação por diversos *data centres* alojados em vários países e, por tal, sujeitos a diferentes jurisdições.

A Microsoft/Skype/Bing, a IBM, o Google e o Netflix defendem que possuem um respeito absoluto pelos dados dos seus clientes e pela segurança de informação.

Relativamente à realidade em outros países e apesar da privacidade e proteção de dados ser uma área fora da competência de cada uma das entidades reguladoras entrevistadas, todas referiram que se trata de um assunto de extrema importância que está na ordem do dia.

A BNETZa, em particular, considera que os fornecedores de OTT cumprem as regras de privacidade e proteção de dados através da lei dos *media* e da lei geral de proteção de dados (enquanto os operadores são regulados por regras específicas de privacidade da lei das telecomunicações). No entanto, a BNETZa vai estar atenta ao mercado e caso haja necessidade vai intervir no sentido de pedir aos fornecedores de OTT informações sobre os seus serviços.

A AKOS considera que os utilizadores finais não têm presente as consequências quando utilizam qualquer tipo de serviço através da Internet. Neste sentido, possuem um programa de *i-safe* intitulado “Como ensinar a sua criança a utilizar a Internet” que está a ser implementado nas escolas através de uma parceria entre uma *network* (rede) académica e a “Natural Bridge”.

De acordo com a CMNC, em Espanha tanto os operadores como qualquer OTT cuja atividade esteja enquadrada na definição de ECS são obrigados a cumprir a lei da proteção de dados.

No segmento Outros, a CCIA considera que as políticas de privacidade e proteção de dados são cumpridas por parte dos OTT.

*“Posso dar como exemplo, um consumidor português ao utilizar um serviço francês que esteja alojado em França tem a garantia que este serviço está sujeito a um quadro de vigilância muito apertado, e quem diz França diz Estados Unidos onde a vigilância ainda é maior ...”*⁵³

Os entrevistados a quem foi colocada a questão do “**direito ao esquecimento**” (segmento dos Fornecedores de *software* e de aplicações, Prestadores de serviços de mensagens instantâneas, Motores de busca e Plataformas de disponibilização de conteúdos, Associações de consumidores e Entidades públicas), consideram, na sua maioria, que tal não é cumprido pelos OTT.

A Associação de consumidores DECO, em particular defende que o direito ao esquecimento é algo difícil de controlar de forma individual uma vez que o consumidor tem atualmente de identificar o conteúdo que quer esquecer e o porquê, o que deixa de fora as situações que não são do seu conhecimento. Neste seguimento e como sugestão, a DECO sugere como possível solução a opção pelo efeito fotocópia (em que qualquer fotografia colocada na Internet apaga-se passado algum tempo).

A Microsoft defende que se trata de um direito garantido pelo Skype apesar do roubo de identidade digital ser um problema atual e de difícil regulação a nível internacional.

⁵³ Verbatim da entrevista realizada a Outras entidades

A IBM garante o direito ao esquecimento às empresas suas clientes permitindo que os seus dados sejam apagados. Para tal possui contratos bastantes rigorosos (com capítulos que versam a confidencialidade e a segurança).

O Google e o Netflix referem que os seus serviços garantem o “direito ao esquecimento”, que é tido como uma obrigação legal.

No segmento das associações de consumidores, a UGC considera que o direito ao esquecimento é garantido pelos serviços OTT.

As ARN europeias entrevistadas referiram que o direito ao esquecimento, apesar de não estar dentro das competências do órgão regulador das telecomunicações, faz parte da proteção de dados e deverá abranger todo o tipo de serviços que é distribuído pela Internet.

Em alguns casos (OFCOM e AKOS), foi referido como um direito que ainda não está implementado em nenhum serviço.

A CCIA, a quem foi também colocada a questão do direito ao esquecimento considera que os serviços OTT têm formas de garantir este direito mas atualmente não se conhece se tal é conseguido.

8. Definição de mercados relevantes e avaliação de poder de mercado significativo nos mercados relevantes suscetíveis de regulação *ex-ante*

8.1. Impacto previsível no crescimento da oferta e da adesão a serviços OTT.

Com o crescimento da oferta e adesão dos serviços OTT, a previsão da maioria das entidades entrevistadas é que existam acordos/parcerias entre os operadores e os OTT no sentido de existirem partilha de investimentos e/ou de custos.

“Nós temos feito um enorme esforço de capex, a receita da PT nos últimos anos tem sido à volta de 20% em que um quinto é investido todos os anos em rede, infraestruturas e serviços. No entanto, é cada vez mais difícil justificar o investimento em infraestrutura devido ao risco que existe pela imprevisibilidade regulatória e à agressividade de muitos dos serviços OTT” ⁵⁴

De acordo com o Netflix, nos mercados onde os operadores possuem serviços de vídeo na Internet as parcerias vão enquadrar um pagamento ao nível das interconexões (com o objetivo de não existir contenção de tráfego).

“O nosso serviço estará sempre dependente dos operadores para distribuírem os conteúdos com qualidade e a questão relacionada com a inter conectividade e o bloqueio ou a discriminação dos conteúdos será sempre uma ameaça para o sucesso dos serviços over-the-top. Por isso fazemos os possíveis para distribuir os nossos dados de forma mais eficiente possível, inclusive assumimos todos os custos relacionados com os CDN’s...” ⁵⁵

Atualmente, e segundo o segmento dos Operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas não existem acordos comerciais (com partilha de receitas) com os serviços OTT – A oferta de tarifação-zero aparece neste contexto como uma forma de associar um conjunto de aplicações mais utilizadas pelo utilizador final por forma a criar diferenciação face à concorrência.

“Não existe nenhum compromisso com os OTT, existem guidelines disponíveis online e que dizem respeito ao marketing do logótipo que todos os OTT têm e que temos de cumprir” ⁵⁶

Para o segmento supracitado, e para algumas entidades públicas nacionais como a ERC e a AdC, a existência de tarifação-zero não é vista como uma prática anti concorrencial uma vez que se trata de uma forma de facilitar o acesso a serviços que são muito importantes para determinado perfil de cliente. Por outro lado, e como argumento ao facto de se estar a dar preferência a um OTT em detrimento de outro, existem em Portugal vários pontos de acesso onde a Internet é gratuita podendo o utilizador aceder a todas as aplicações independentemente do operador.

No entanto, para outros entrevistados como a DECO, a tarifação-zero é percecionada como uma prática anti concorrencial uma vez que a tendência do utilizador final é consumir o serviço sem restrições em detrimento de outro que lhe consuma dados do seu limite.

“Os operadores fazem uso da sua capacidade de oferta para vender abaixo do custo o que apesar de trazer benefícios para o consumidor uma vez que não paga mais por uma maior utilização pode prejudicar operadores de menor dimensão” ⁵⁷

⁵⁴ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

⁵⁵ Verbatim da entrevista realizada a uma Plataforma de disponibilização de conteúdos

⁵⁶ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de rede e prestador de serviços de comunicações eletrónicas

Para as restantes associações de consumidores a tarifação-zero é percecionada como um benefício para o consumidor (desde que seja acautelada a não existência de taxas desconhecidas pelo utilizador final).

No segmento dos Fornecedores de aplicações, Plataformas de disponibilização de conteúdos e Motores de busca, o Google refere que a tarifação-zero não faz parte da sua política de atuação mas não impede os operadores de praticarem este tipo de tarifário com os seus OTTs (apesar de não permitir o uso das suas marcas em ações de marketing). Para esta entidade, a tarifação-zero pode ser vista como uma prática anti concorrencial caso os utilizadores finais não tenham opção de escolha (num cenário em que exista apenas um grande operador e um OTT).

No mesmo registo, o Netflix não possui parcerias com os operadores relativamente à prática de tarifação-zero exceto na Austrália onde todos os serviços de vídeo a pedido através da Internet são de tarifação-zero devido ao custo alto do acesso à Internet.

Tendo em conta as entidades reguladoras entrevistadas, a existência de tarifação-zero não é percecionada como uma prática anti concorrencial e é permitida em alguns países como:

- Brasil – Aparece como uma forma de atrair consumidores de menor poder económico (que não conseguem contratar pacotes de dados maiores) - Como exemplo foi referida a oferta da operadora Claro que lançou recentemente um pacote com WhatsApp, Facebook e Twitter sem consumir a franquia de dados. Apesar de ser uma questão que envolve alguma polémica uma vez que há quem defenda que o utilizador deveria aceder a qualquer OTT nas mesmas condições, não existe atualmente uma solução/resposta;
- Reino Unido – Surge no mercado como uma forma de *marketing* – A prática de tarifação-zero só será considerada como anti concorrencial se existissem posições dominadoras no mercado;
- Alemanha – Existem alguns casos no mercado em que o Spotify ou o Facebook estão incluídos nas ofertas de tarifação-zero de operadores móveis. Para a BNETZa a tarifação-zero só é considerada como uma prática anti concorrencial se acontecer em grande escala (em termos de número de OTT disponíveis em zero rating) - O que não se passa por ex., com a parceria da Deutsch Telekom e o serviço Spotify;
- Espanha – Existem no mercado casos de zero-rating como na oferta da Movistar “Contigo” que, atualmente, não é considerado como uma prática anti concorrencial;
- França - Alguns serviços móveis incluem tarifários de tarifação-zero (apesar de não ser a prática comum do setor) como, por exemplo, o operador SFR que oferece um acesso ilimitado ao Youtube.

Na Eslovénia, a prática de tarifação-zero é percecionada como anti concorrencial e por tal é proibida – existiram alguns casos no passado mas a AKOS interveio fazendo com que os dados fossem pagos (tratou-se de uma decisão política em prol da neutralidade da Internet).

⁵⁷ Verbatim da entrevista realizada a uma Associação de consumidores

Na Holanda, e apesar de existir uma nova lei que proíbe a prática de tarifação-zero ainda existem no mercado alguns casos como o da Vodafone e da KPN que possuem este tipo de oferta com o serviço Spotify.

No segmento Outros, a CCIA considera que a diferenciação através do preço é percecionada como normal numa economia de mercado. Para esta entidade a prática anti concorrencial acontece quando se bloqueia o serviço que oferece uma tarifação-zero.

8.2. Relações de complementaridade e substituíbilidade entre serviços OTT e serviços de comunicações eletrónicas

8.2.1 Estudo do lado da Oferta

A maioria dos entrevistados considera que os OTT, cujo serviço principal seja a voz e as mensagens, são substitutos (ou serão futuros substitutos) dos serviços de comunicações eletrónicas tradicionais.

Entidades que consideram os serviços OTT como concorrentes:

- Lycamobile;
- NOS;
- MEO;
- CTT (Phone-ix);
- Vodafone;
- SIC – fluxo contínuo de vídeo como substituto da televisão linear;
- RTP – Certos OTT são vistos como concorrentes dos serviços de voz e mensagem;
- TVI – Certos OTT são vistos como concorrentes dos serviços de voz e mensagem;

“Os mais novos não sabem o número de telefone de ninguém, hoje fala-se com a pessoa através do Messenger, do Snapchat, do WhatsApp, etc., mas não se liga a ninguém, o meu filho com 8 anos no outro dia perguntou-me para que serviam os números de telefone”⁵⁸

- IBM – No futuro, os OTT serão vistos como substitutos dos serviços de comunicação eletrónicas sobretudo aqueles que são considerados como os grandes fornecedores OTT como por exemplo, a Google e a Apple;
- ICA – O Netflix em particular é percecionado como um concorrente desleal dos operadores de televisão e dos operadores uma vez que não possui os mesmos encargos que estes em prol do cinema e do audiovisual nacionais;
- ERC – A tendência é que os utilizadores finais passem a utilizar cada vez mais os OTT e que se crie uma nova linguagem (a inovação gera novos códigos linguísticos);
- SP Televisão - Qualquer serviço de vídeo a pedido pode canibalizar serviços semelhantes (por ex., o Netflix pode ser visto como substituto do NPlay da NOS);

⁵⁸ Verbatim da entrevista realizada a um Operador de televisão

- Fremantlemedia – Qualquer OTT de videostreaming como por ex., o Netflix poderá substituir, no futuro, alguns canais de cabo.

No entanto, há quem considere que são complementares no sentido de que trazem valor acrescentado (inovação/tecnologia) a um mercado percecionado como algo conservador na sua relação com o utilizador final.

Entidades que consideram os serviços OTT como complementares:

- G9Telecom – Os OTT são vistos como um série de aplicações que fomentam a utilização dos serviços de comunicação IP;
- Cabovisão – Os OTT são percecionados como novas formas de serviço para o utilizador final através do operador (quanto mais se utilizarem os serviços OTT mais relevante se torna o operador no dia-a-dia do seu cliente);
- SIC, RTP – Alguns serviços OTT fornecem valor acrescentado aos conteúdos uma vez que permitem a sua divulgação e ajudam na construção do fenómeno de cada programa;
- Microsoft/Skype/Bing – Os OTT são percecionados como parceiros dos operadores - O aumento do negócio dos OTT gera um aumento do negócio das telecomunicações;
- Google – Alguns OTT podem proporcionar o mesmo benefício mas a forma como é realizado o serviço é diferente e por tal não se vai utilizar um em detrimento de outro;
- DECO – Os OTT são considerados como complementares dos serviços de comunicações eletrónicas tradicionais e devem ser regulados como tal para evitar que tenham rede própria;
- Comissão Nacional de Proteção de Dados – Os OTT trazem inovação mas precisam dos operadores para distribuírem a sua oferta existindo uma relação de simbiose;
- CCIA – Os OTT acrescentam valor ao setor das telecomunicações pela inovação a custo baixo.

Para algumas associações de consumidores, como a UGC e a Direção Geral do Consumidor, os OTT podem ser concorrentes mas pode sempre existir uma parceria de negócio, que pode ser positivo para o consumidor se este tiver acesso a um produto de qualidade a um preço baixo; Ou negativo caso a parceria se torne num monopólio em que não existe valor acrescentado para o utilizador final.

Para a entidade que supervisiona a concorrência em Portugal, os OTT funcionam ao mesmo tempo como concorrentes (uma vez eu retiram negócio aos operadores de redes) e como complementares (porque representam uma oportunidade de valor de serviço acrescentado).

De acordo com a Valentim de Carvalho, os OTT são percecionados na sua abrangência como complementares mas podem em determinados casos ser vistos como substitutos (quando por ex., o Netflix investe num conteúdo, paga o conteúdo e exhibi-o aparecendo como concorrente da plataforma normal).

De acordo com o Netflix, a sua plataforma na Europa não tem uma grande expressão e, por tal, não é vista como um substituto da televisão linear. Por outro lado, o facto de os operadores possuírem também licenças de conteúdos exclusivos faz com que os consumidores possam alternar o visionamento de acordo com as suas preferências não tendo que escolher um serviço em detrimento de outro.

A nível das entidades reguladoras entrevistadas, verificou-se que:

- A ANATEL e o OFCOM consideram que a maioria dos serviços OTT é concorrente dos serviços de comunicações tradicionais;
- Para a BNETZa e a ACM, a maioria dos OTT são complementares dos serviços de comunicação eletrónica. Apenas aqueles que são considerados como OTT1 são percecionados como substitutos;
- Para a AKOS e a CNMC, os serviços OTT são simultaneamente complementares e substitutos dos serviços de comunicações eletrónicas;
- A ARCEP considera que os serviços OTT são complementares dos serviços de comunicação eletrónicas uma vez que em França ainda se utiliza bastante os serviços tradicionais.

Nenhuma ARN conhece atualmente casos de substituíbilidade entre serviços OTT e os serviços de comunicações eletrónicas tradicionais.

No entanto, a BNETZa e a ACM consideram que no futuro os SMS e alguns serviços de voz, como as chamadas internacionais, possam ser substituídos por serviços OTT1.

A CNMC tem presente que no futuro o serviço WhatsApp poderá substituir os SMS.




A AKOS, em particular, está atualmente a trabalhar na metodologia de estudos *standard* de análise de mercado para ter resultados a nível de testes de substituíbilidade dentro de seis meses.

8.2.2 Estudo do lado da Procura

No presente capítulo pretende-se avaliar se o preço do serviço OTT pode influenciar tanto o consumo do serviço OTT, como o consumo do serviço tradicional. Assim, os utilizadores de serviços OTT foram questionados relativamente à proporção de utilização de serviços OTT face a cenários de alteração de preços deste serviço, considerando que se mantêm constantes todas as restantes condições.

VoIP - Consumo serviços OTT versus tradicional




Relativamente aos serviços VoIP, no quadro 8.2.2.1, mostra-se que a utilização de serviços VoIP para a realização de chamadas é de 21,8%, do total de chamadas realizadas. Perante as alterações de preço do serviço OTT, o consumo do serviço telefone fixo/ móvel tende a aumentar. Deste modo, estima-se que quanto maior for o preço do serviço VoIP maior será a proporção de utilização de serviço telefónico fixo/ móvel.

						
	OTT	Tradicional	OTT	Tradicional	OTT	Tradicional
Consumo atual	21,8%	78,2%	22,2%	77,8%	21,2%	78,8%
Metade do preço do serv. telefónico fixo/ móvel	10,6%	89,4%	10,4%	89,6%	10,7%	89,3%
Igual ao preço do serv. telefónico fixo/ móvel	7,3%	92,7%	7,2%	92,8%	7,4%	92,6%
Dobro do preço do serv. telefónico fixo/ móvel	3,8%	96,2%	3,8%	96,2%	3,8%	96,2%

Quadro 8.2.2.1 - Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP

Mensagens instantâneas - Consumo serviços OTT versus tradicional




Pelo quadro 8.2.2.2, mostra-se que a proporção de consumo atual do serviço de mensagens instantâneas é de 32,6% face ao total de mensagens de texto/ imagem enviadas. À semelhança do que foi observado no serviço VoIP, constata-se que essa proporção tende a diminuir face a subidas de preço do serviço de mensagens instantâneas, independentemente do equipamento utilizado.

						
	OTT	Tradicional	OTT	Tradicional	OTT	Tradicional
Consumo atual	32,6%	67,4%	32,9%	67,1%	32,2%	67,8%
Metade do preço do serv. telefónico móvel	17,6%	82,4%	17,7%	82,3%	17,6%	82,4%
Igual ao preço do serv. telefónico móvel	13,7%	86,3%	13,4%	86,6%	14,0%	86,0%
Dobro do preço do serv. telefónico móvel	7,6%	92,4%	7,7%	92,3%	7,5%	92,5%

Quadro 8.2.2.2 - Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviço telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

Serviços audiovisuais - Consumo de serviços OTT versus tradicional

A proporção do consumo atual de serviços de audiovisual é de 26,7% (quadro 8.2.2.3). Neste tipo de serviços OTT verifica-se novamente uma diminuição da sua utilização face ao serviço tradicional em cenários com alterações de preço do serviço OTT. Mais concretamente, para os utilizadores de audiovisuais, quanto maior for a diferença de preço do serviço OTT face ao serviço tradicional de televisão, maior será o consumo deste último.

	 Tradicional		 OTT		 Tradicional	
	OTT	Tradicional	OTT	Tradicional	OTT	Tradicional
Consumo atual	26,7%	73,3%	29,0%	71,0%	24,5%	75,5%
Metade do preço do serviço de televisão	13,5%	86,5%	14,9%	85,1%	12,1%	87,9%
Igual ao preço do serviço de televisão	10,2%	89,8%	11,3%	88,7%	9,0%	91,0%
Dobro do preço do serviço de televisão	5,5%	94,5%	6,2%	93,8%	4,8%	95,2%

Quadro 8.2.2.3 - Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

Consumo de serviços OTT versus tradicional

No quadro 8.2.2.4 apresenta-se uma comparação dos serviços OTT VoIP, mensagens instantâneas e audiovisuais. Observar-se que o serviço de mensagens instantâneas é aquele onde se regista maior consumo de serviço OTT face ao tradicional, mantendo esta tendência em cada cenário de alteração de preço.

	VoIP		Mensagens Instantâneas		Audiovisual	
	OTT	Tradicional	OTT	Tradicional	OTT	Tradicional
Consumo atual	21,8%	78,2%	32,6%	67,4%	26,7%	73,3%
Metade do preço do serviço tradicional	10,6%	89,4%	17,6%	82,4%	13,5%	86,5%
Igual ao preço do serviço tradicional	7,3%	92,7%	13,7%	86,3%	10,2%	89,8%
Dobro do preço do serviço tradicional	3,8%	96,2%	7,6%	92,4%	5,5%	94,5%

Quadro 8.2.2.4 - Consumo de serviços OTT versus serviços tradicionais face a alterações de preço do serviço OTT

VoIP - Motivos de utilização de serviços OTT, em vez de serviços tradicionais

Os utilizadores de serviços VoIP foram questionados relativamente aos fatores que levam à utilização de um serviço VoIP para a realização de uma chamada de voz e/ou vídeo em vez da utilização de um serviço telefónico fixo/ serviço telefónico móvel (figura 8.2.2.5). A grande maioria dos utilizadores revela que os principais fatores são o preço do serviço VoIP, as funcionalidades do serviço, a facilidade de acesso aos serviços VoIP e a possibilidade de realização de videochamadas. Destaca-se ainda o facto de fatores como a realização de videochamadas, a pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço VoIP e a realização de chamadas em grupo terem mais relevância entre os utilizadores de computador, comparativamente com os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

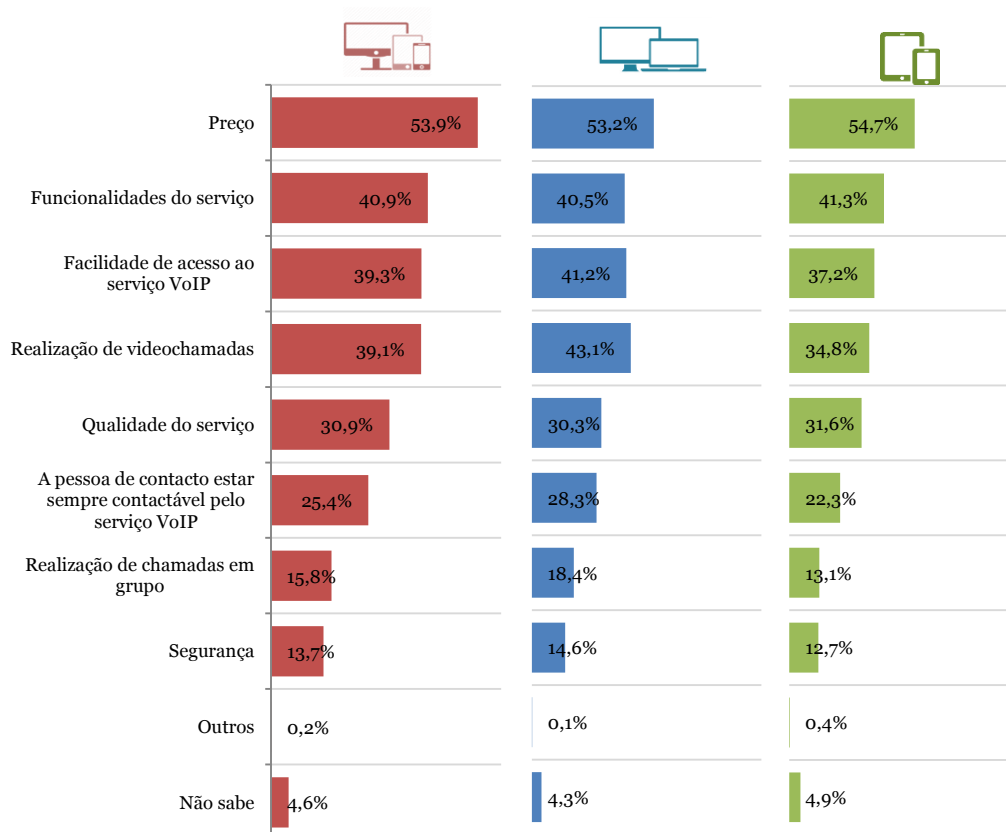


Fig. 8.2.2.5 - Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel (em %)

Mensagens instantâneas - Motivos de utilização de serviços OTT, em vez de serviços tradicionais

Os utilizadores de serviços de mensagens instantâneas foram questionados relativamente aos fatores que levam à utilização de um serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens de texto/ imagem em vez da utilização do serviço telefónico móvel (figura 8.2.2.6). Deste modo, verifica-se que, quer para os utilizadores de mensagens instantâneas através de computador, como para os utilizadores de mensagens instantâneas através de telemóvel inteligente/ tablete, os principais fatores são o preço do serviço de mensagens instantâneas, as funcionalidades dos serviços e ainda o facto de a pessoa de contacto estar sempre contactável através do serviço de mensagens instantâneas. A possibilidade de envio de mensagens de vídeo releva-se um fator mais importante para utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete do que para utilizadores de computador.

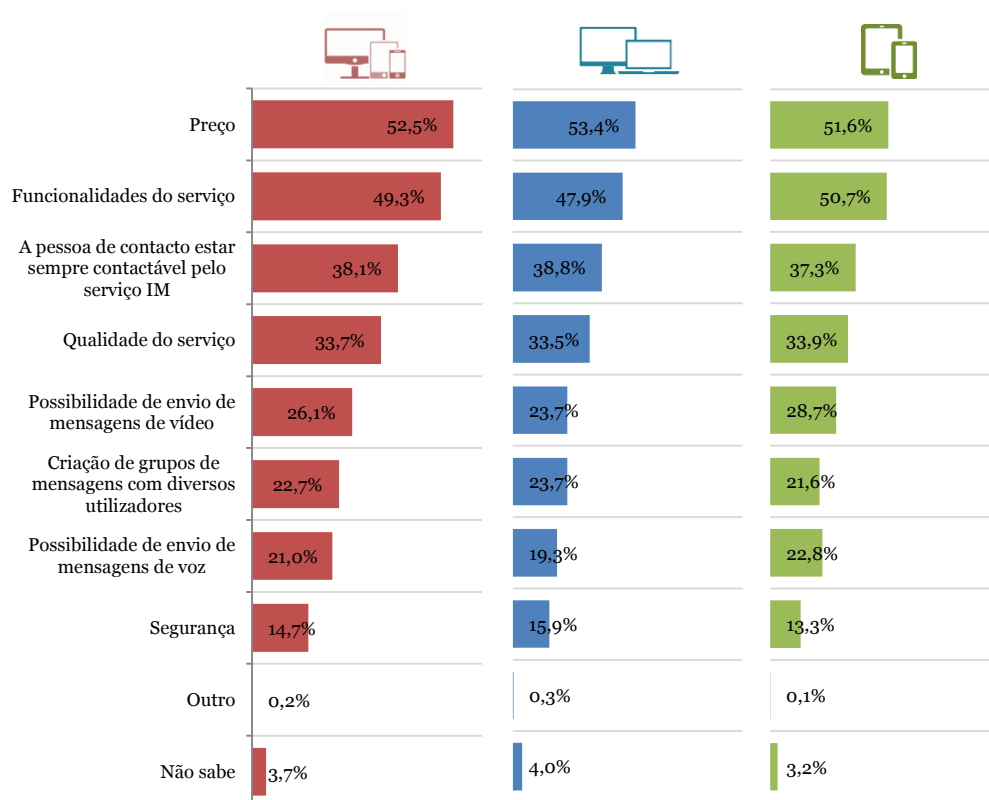


Fig. 8.2.2.6 - Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel (em %)

Serviços audiovisuais - Motivos de utilização de serviços OTT, em vez de serviços tradicionais

Os utilizadores de serviços de audiovisual foram questionados relativamente aos fatores que levam à utilização de um serviço audiovisual para a visualização/ utilização de conteúdos audiovisuais em vez da utilização do serviço de televisão (figura 8.2.2.7). Verifica-se assim que, tanto para os utilizadores de serviços de audiovisual através de computador, como para os utilizadores de serviços de audiovisual através de telemóvel inteligente/ tablete, os principais fatores são as funcionalidades do serviço audiovisual, a qualidade do serviço audiovisual e o preço do serviço audiovisual. Observa-se ainda que a questão da segurança é mais importante para utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete do que para os utilizadores de computador.

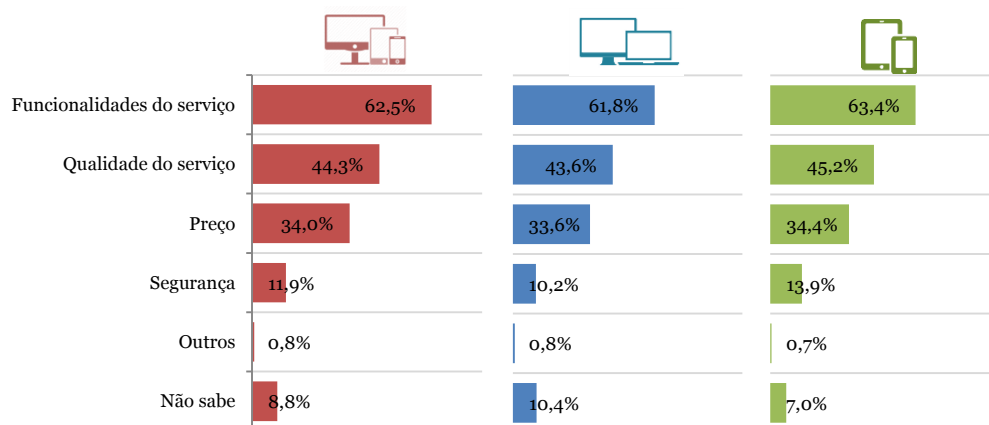


Fig. 8.2.2.7- Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão (em %)

VoIP - Motivos para utilização exclusiva de serviços OTT

No decorrer do estudo foi pedido aos utilizadores de serviços VoIP que imaginassem que nos próximos cinco anos o serviço telefónico fixo e o serviço telefónico móvel manteriam as características atuais. De seguida os inquiridos foram questionados relativamente aos motivos que os levariam a deixar de utilizar o serviço telefónico fixo e o serviço telefónico móvel, passando a realizar todas as chamadas através de serviços VoIP, independentemente do dispositivo utilizado (figura 8.2.2.8). Deste modo, conclui-se que, de um modo geral, daqui a cinco anos os utilizadores de serviços VoIP passariam a realizar todas as chamadas através de serviços VoIP se a qualidade das chamadas através do serviço VoIP melhorar, se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem contactáveis por VoIP, se o serviço VoIP passar a ser de tráfego gratuito e ainda se existir uma melhoria da qualidade do serviço de Internet fixa e de Internet móvel.

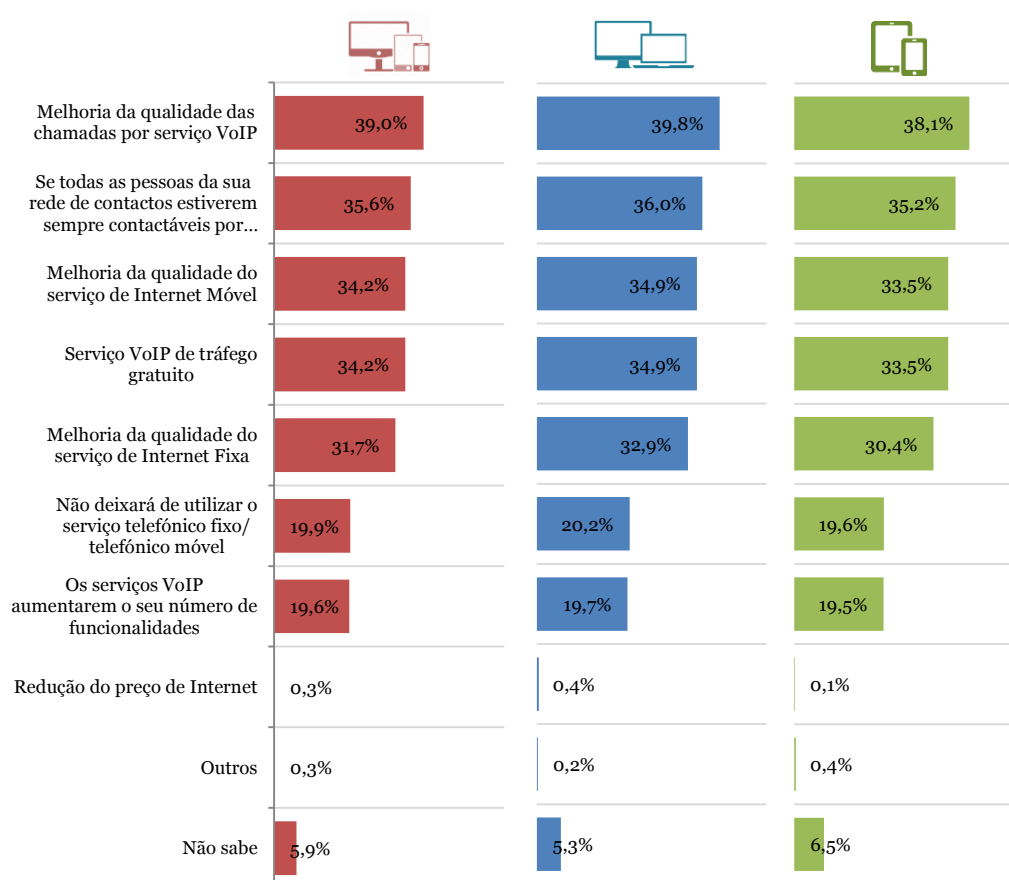


Fig. 8.2.2.8 - Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para a realização de chamadas (em %)

Mensagens instantâneas - Motivos para utilização exclusiva de serviços OTT

No decorrer do estudo foi pedido aos utilizadores de serviços de mensagens instantâneas que imaginassem que nos próximos cinco anos o serviço telefónico móvel manteria as características atuais. De seguida os inquiridos foram questionados relativamente aos motivos que os levariam a deixar de utilizar o serviço telefónico móvel, passando a enviar todas as mensagens de texto/ imagem através de serviços de mensagens instantâneas, independentemente do dispositivo utilizado (figura 8.2.2.9). Deste modo, conclui-se que, de um modo geral, daqui a cinco anos os utilizadores de serviços de mensagens instantâneas passariam a enviar todas as mensagens de texto/ imagem através de serviços de mensagens instantâneas se a qualidade do serviço de Internet móvel melhorar, se todas as pessoas de contacto estiverem sempre contactáveis por serviço de mensagens instantâneas e se a qualidade das mensagens enviadas através do serviço de mensagens instantâneas melhorar.

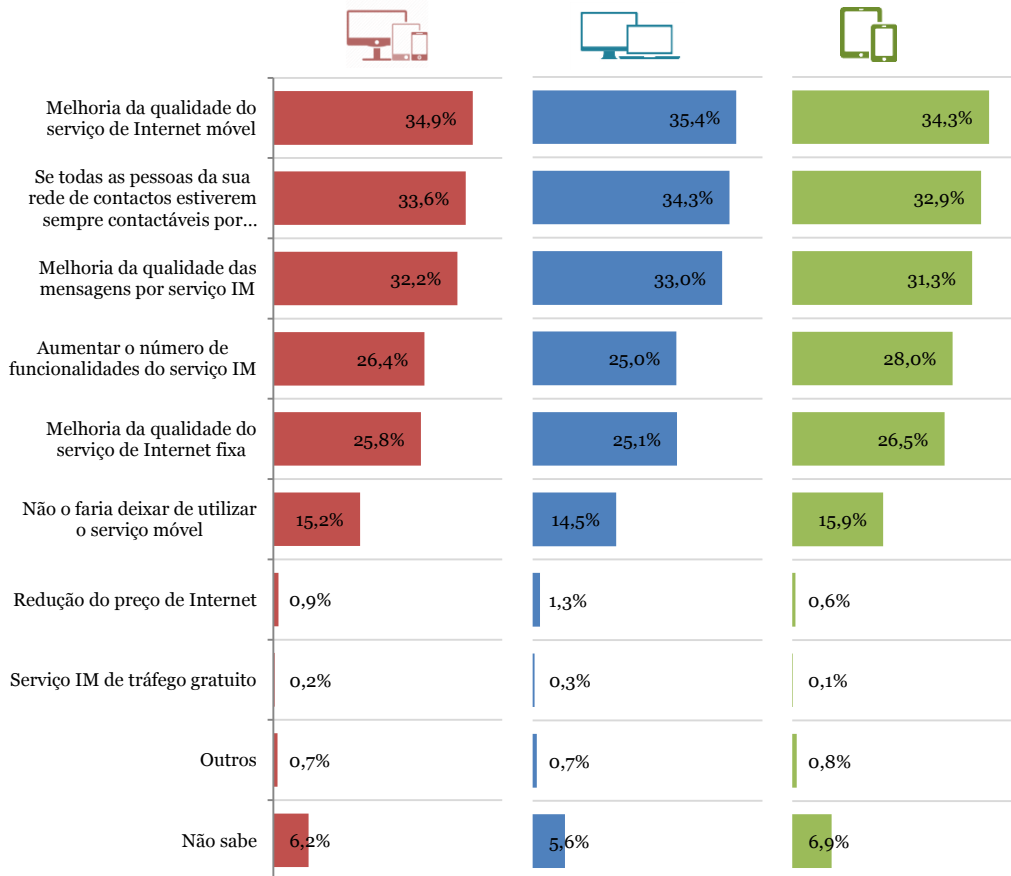


Fig. 8.2.2.9 - Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens (em %)

Serviços audiovisuais - Motivos para utilização exclusiva de serviços OTT

No decorrer do estudo foi pedido aos utilizadores de serviços de audiovisual que imaginassem que nos próximos cinco anos o serviço de televisão manteria as características atuais. De seguida os inquiridos foram questionados relativamente aos motivos que os levariam a deixar de utilizar o serviço de televisão, passando a visualizar todos os conteúdos audiovisuais através de serviços de audiovisual, independentemente do dispositivo utilizado (figura 8.2.2.10). Deste modo, conclui-se que, de um modo geral, daqui a cinco anos os utilizadores de serviços de audiovisual passariam a visualizar todos os conteúdos audiovisuais, através de serviços OTT, se a qualidade dos conteúdos dos serviços de audiovisual, a qualidade do serviço de Internet fixa e a qualidade do serviço de Internet móvel melhorarem. Esta última situação verifica-se mais importante para os utilizadores de telemóvel inteligente/ tablete.

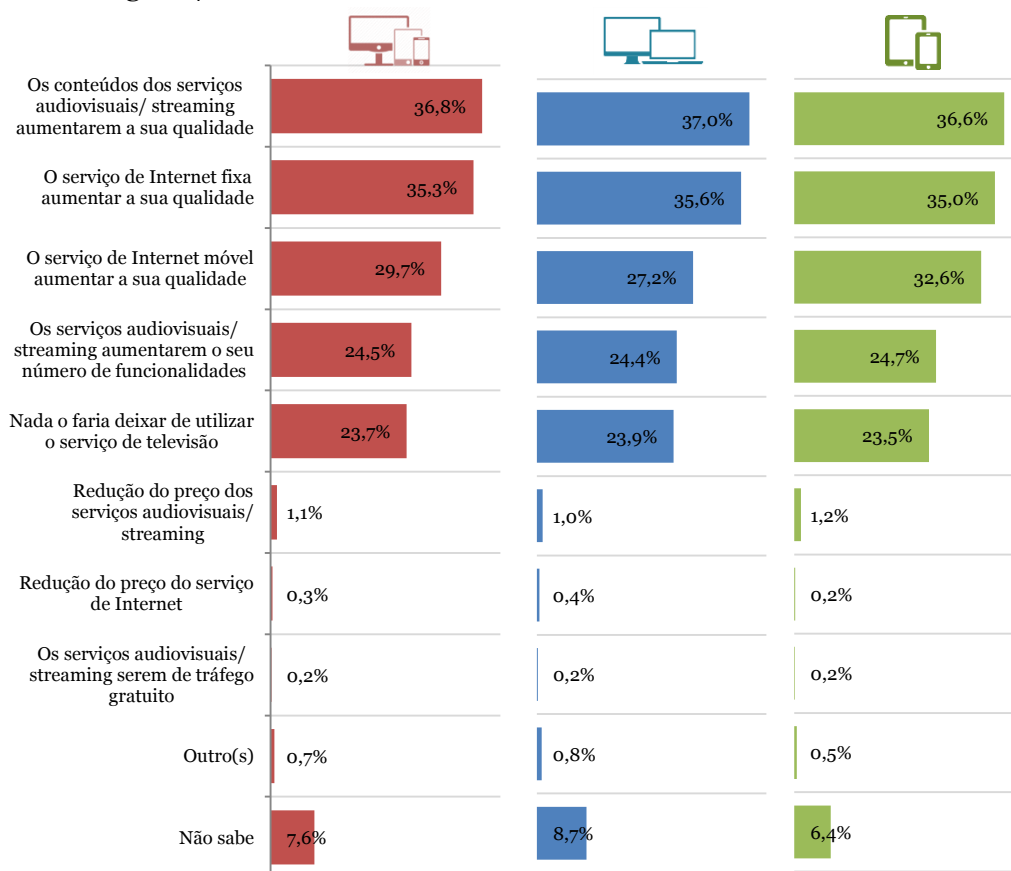


Fig. 8.2.2.10 - Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual (em %)

Os fornecedores de serviços OTT oferecem serviços que dependem da infraestrutura fornecida pelas empresas de telecomunicações, existindo assim uma relação de complementaridade. Analisando os resultados do estudo do lado da procura (questionário online), acerca da taxa de consumo de serviço OTT não é possível afirmar a existência de uma substituíbilidade dos serviços tradicionais. Nas figuras 8.2.2.5, 8.2.2.6 e 8.2.2.7, são analisados os motivos de utilização dos serviços OTT, ficando claro que estes serviços melhoram a experiência, através das suas funcionalidades, com a benesse do preço do serviço OTT ser bastante apelativo. Todavia, os fatores que originariam a substituíbilidade dos serviços tradicionais apresentados nas figuras 8.2.2.8, 8.2.2.9 e 8.2.2.10, indicam que utilizariam apenas os serviços OTT, em detrimento dos serviços tradicionais se existisse um aumento da qualidade da Internet móvel e do serviço OTT prestado e se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre contactáveis pelo serviço OTT.

9. Conclusões

Neste capítulo pretende-se fazer uma síntese dos temas abordados ao longo do relatório, focando os diferentes prismas provenientes da revisão da literatura, do lado da oferta e do lado da procura.

1. Revisão da literatura

Os serviços OTT englobam um vasto leque de serviços, aplicações e conteúdos na esfera das comunicações eletrónicas, do entretenimento, da distribuição e do armazenamento de informação, entre outras, apresentando duas características essenciais: são disponibilizados aos UIs através da Internet “aberta” mas, por vezes, por entidades diferentes dos operadores da rede de acesso. A importância crescente destes serviços requer uma reavaliação das forças de mercado que modelam a indústria das comunicações eletrónicas. Há que repensar a definição dos mercados, os métodos de avaliação do poder de mercado, compreender as alterações nos modelos de negócio e, em última instância, avaliar a necessidade de regular estes mercados com o objetivo de proteger os UIs.

Em linha com o que se verifica em outros países e organizações (UE, EUA, Suíça, Noruega, entre outros), onde as receitas dos serviços de voz e SMS têm vindo a decrescer de forma consecutiva, esperando-se em alguns destes países uma manutenção desta tendência até 2020, o mesmo acontece em Portugal, onde as receitas totais dos três prestadores de serviços de comunicação com mais expressão no mercado português (MEO, NOS e Vodafone) têm vindo a diminuir. De facto, no caso Português, o volume de SMS tem vindo a diminuir. Já a introdução das ofertas com chamadas “ilimitadas” e a eliminação da diferenciação tarifária dentro e fora da mesma rede (intra-rede/inter-redes), entre outros fatores, levaram ao aumento do volume de minutos de conversação originados nas redes móveis. Paralelamente, tem-se verificado um crescimento da utilização dos serviços típicos de Internet móvel, associado aos serviços OTT, a que não é alheio o aumento da penetração da Internet no telemóvel e a crescente penetração dos telemóveis inteligentes. A existência de substituíbilidade entre os serviços oferecidos pelos prestadores de serviços de comunicação e alguns serviços OTT, aliada ao facto de, em grande medida, os preços cobrados pelos serviços OTT serem consideravelmente mais baixos ou mesmo nulos (como consequência das tarifas planas praticadas pelos operadores), pode explicar estas alterações. Deste modo, com base nos dados encontrados ao longo deste estudo, verifica-se que Portugal, até agora, tem vindo a acompanhar a tendência mundial no que diz respeito à utilização dos serviços OTT em contexto laboral.

Por outro lado, o acesso à Internet, garantido pelos operadores de redes de comunicações eletrónicas, é necessário para a utilização dos serviços OTT; adicionalmente, o benefício que os UIs derivam do acesso à Internet depende em grande medida dos serviços OTT que nela são disponibilizados. Como tal, foi também identificada a relação de complementaridade entre os serviços OTT e os serviços oferecidos pelos prestadores de serviços de comunicação. Mas há que reconhecer que

não é simples distinguir a contribuição individual da rede e dos serviços OTT para o valor social criado. Assim, investimentos adicionais na rede por parte comportam um risco considerável para os operadores da rede de comunicações eletrónicas, que advém da incapacidade previsível de recuperar tais investimentos. Este risco, aliado à tendência observada ao nível das receitas destes operadores de redes de comunicações eletrónicas, parecem travar tais investimentos.

No caso Português, analisando os investimentos dos três operadores MEO, da NOS e da Vodafone, verificou-se entre 2010 e 2013 uma redução no volume de investimento em infraestruturas por parte da MEO e da NOS, enquanto os níveis de investimento da Vodafone não evidenciaram uma tendência definida. É, no entanto, de notar que a esta tendência pode não ser alheio o facto de existir já em Portugal uma elevada cobertura de redes de nova geração (*Next-Generation Access*) e de redes LTE (*Long Term Evolution*), fruto de elevados níveis de investimento em anos anteriores.

Para além das questões da substituíbilidade e da complementaridade entre serviços de comunicações eletrónicas e os serviços OTT do lado da oferta, outras questões do foro da economia se levantam nestes mercados. A forte presença de externalidades de rede, quer diretas, quer indiretas, é uma característica destes mercados. Externalidades de rede indiretas caracterizam tanto (i) os mercados formados pelos UIs e os fornecedores de serviços de comunicações eletrónicas, mediados pelos operadores de redes, que desempenham assim o papel de uma plataforma num mercado de dois lados e (ii) os mercados formados pelos fornecedores especializados de conteúdo ou pelos anunciantes e os UIs, mediados por alguns fornecedores de serviços OTT, desempenhando também estes últimos o papel de uma plataforma num mercado de dois lados. Este tipo de estrutura de mercado, bem como os níveis de substituíbilidade, não podem ser ignorados na definição do mercado relevante e na avaliação do poder de mercado.

Perante as alterações profundas que se observam no mercado das comunicações eletrónicas, são várias as estratégias que os operadores da rede / prestadores de serviços de comunicações eletrónicas podem adotar. Desde logo, a alteração da estratégia de preços, visando o estabelecimento de preços refletores do volume de dados consumido; a oferta de pacotes de produtos, agregando serviços de SMS a outros serviços, como dados e/ou voz; a criação de aplicações próprias de comunicação IP; a contabilização do consumo de certos tipos de dados separadamente (de forma a, por exemplo, aplicar diferentes custos para chamadas VoIP, mensagens IP, navegação)¹; efetuar parcerias com os fornecedores de serviços OTT, como é o caso do agrupamento de serviços OTT em pacotes de subscrição, entre outras estratégias.

Algumas destas estratégias põem, no entanto, em causa o princípio da neutralidade da Internet, que parte do princípio de transporte de dados de acordo com a premissa de melhor esforço, isto é, transporte de dados sem discriminação, independentemente da origem, destino ou natureza dos dados. Por exemplo, a tarifação-zero, que consiste na criação de pacotes específicos que incluem tráfego ilimitado para determinados serviços OTT, é considerada uma prática que pode violar o princípio da neutralidade na sua definição mais forte, na medida em que se traduz numa diferenciação entre

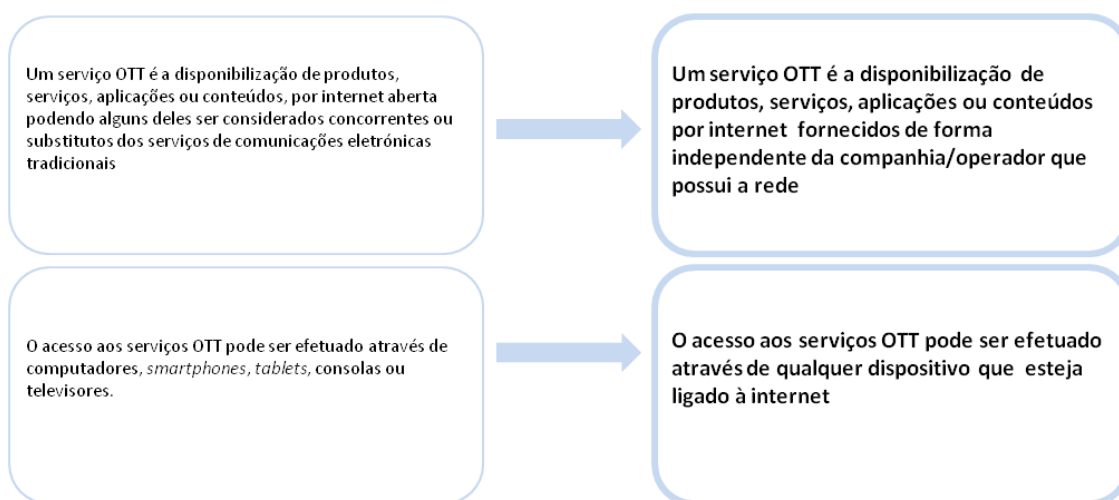
¹ Note-se, no entanto, que esta estratégia pode violar a neutralidade da Internet, bem como por em causa a transparência da informação.

diferentes tipos de tráfego: uma vez que o UI tenha utilizado todos os dados que lhe são permitidos de acordo com o seu tipo de subscrição, poderá continuar a ter acesso ao tráfego de dados associado aos serviços OTT incluídos na parceria, enquanto o tráfego de todos os outros dados pode estar sujeito a encargos adicionais, ou até ser bloqueado, o que tem sido visto como uma prática anti concorrencial. Se esta prática de tarifação-zero não parece ser visada no Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho da UE que estabelece medidas respeitantes ao acesso à Internet “aberta”, ainda assim pode ler-se no ponto (11) deste Regulamento que "deverão ser proibidas práticas de gestão do tráfego que bloqueiem, abrandem, alterem, restrinjam ou degradem conteúdos, aplicações ou serviços específicos, ou categorias específicas dos mesmos, ou que estabeleçam discriminações entre eles ou neles interfiram, e que sejam mais gravosas do que as medidas razoáveis diferenciadas de gestão do tráfego". Assim, o bloqueio e a priorização de tráfego são, claramente considerados violações do princípio da neutralidade da Internet neste documento.

Em suma, o mercado das comunicações eletrónicas está a sofrer alterações profundas, o que passa pelo papel crescente dos serviços OTT, cujos prestadores usam modelos de negócio diversos, em constante mutação. São várias as reações possíveis por parte dos operadores de redes e prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, cujos modelos de negócio tradicionais estão a ser postos em causa, algumas das quais poderão por em causa o princípio da neutralidade da Internet. Intervenções no mercado das comunicações eletrónicas no sentido de impedir tais violações e garantir boas práticas concorrenciais devem ter em conta a natureza do mercado, não esquecendo a coexistência de diversos níveis de substituíbilidade entre produtos e a complementaridade evidente entre a rede e serviços OTT, bem como a forte presença de externalidades de rede.

2. Lado da oferta

Apesar de a maioria dos entrevistados concordar com a definição de OTT, para o conjunto das opiniões poderá fazer mais sentido a seguinte explanação:



Relativamente aos diferentes tipos de serviços OTT, algumas entidades não concordam que certos conteúdos/aplicações sejam percecionados como serviços OTT nomeadamente o Dropbox, iCloud, Twitter, Pinterest e BitTorrent uma vez que, dentro

do setor das comunicações eletrónicas não possuem o mesmo tipo de serviço que os OTT de mensagens instantâneas, de VoIP e de fluxo contínuo de vídeo. Neste seguimento, e em termos de análise, parece fazer sentido adotar como complemento à definição a taxionomia proposta pelo BEREC/ORECE (*in draft BEREC Report on OTT services*)².

O mercado dos OTT – Mapa percetual

De acordo com toda a amostra, verifica-se que existe, atualmente, uma mudança de paradigma no setor das comunicações eletrónicas. Com efeito consome-se mais serviços OTT em detrimento dos serviços tradicionais devido, sobretudo, aos seguintes fatores:



- A maioria dos OTT não tem custo para o utilizador final;
- A inovação constante inerente a este tipo de serviço gera novos apelos de consumo;
- A disponibilização de redes de próxima geração que garante a qualidade de qualquer plataforma OTT (impulsionando o seu consumo);
- O aumento de penetração dos telemóveis inteligentes e o acesso mais facilitado à tecnologia (através por exemplo, dos tablets) aumenta a base de contacto com os OTT;
- O número de pontos de acesso de Internet gratuita impele à opção pelos OTT;
- O maior número de utilizadores literatos em tecnologia faz com que optem cada vez mais pelos meios de comunicação alternativos.

Deste modo, o ecossistema do setor das telecomunicações foi alterado



O operador de rede passou de único fornecedor a canal que assegura o fornecimento de serviços de terceiros junto do utilizador final.



Em consequência desta alteração, o lugar do prestador do serviço de comunicações eletrónicas na cadeia de valor das comunicações alterou-se.

Aproximadamente dentro de um ano, estima-se um aumento da oferta e da procura de serviços OTT. Em Portugal, em particular, este aumento (cuja média percecionada é de cerca de 37%³) poderá ter a ver com a entrada no mercado de uma nova entidade - O Netflix.

² Taxionomia prevista no contexto do *Draft BEREC Report on OTT services* – “Serviços OTT-0, são os serviços OTT considerados como serviços de comunicações eletrónicas; Serviços OTT-1, são os serviços OTT que não são considerados como serviços de comunicações eletrónicas mas concorrem, potencialmente, com os serviços de comunicações eletrónicas; Serviços OTT-2, que são os restantes da categoria compostos pelos serviços OTT que não são considerados como serviços de comunicações eletrónicas e não concorrem, potencialmente, com os serviços de comunicações eletrónicas”

³ Estimativas de volume de tráfego recolhidas junto dos entrevistados que conseguiram quantificar a variação da evolução (11 entidades)

Para os mercados internacionais analisados, a previsão das suas entidades reguladoras é também a de um aumento do consumo de tráfego de dados pelos utilizadores finais de serviços OTT (média perçecionada de 23%⁴).

Perante o cenário de aumento de procura, a maioria dos entrevistados considera que Portugal está bem apetrechado no que diz respeito a redes de nova geração não existindo, atualmente, problemas a nível da qualidade de serviço.

O segmento dos operadores de redes e prestadores de serviços referem que realizam análises permanentes do grau de ocupação da rede e *upgrades* contínuos de largura de banda. No entanto, para estes intervenientes, existe uma grande reserva em termos de futuro uma vez que a exigência maior dos conteúdos face a um menor encaixe das receitas pode colocar em causa o investimento em termos de capacidade da rede (aumentando a probabilidade de congestionamento).

Esta perspetiva não é partilhada pelas entidades regulatórias dos países analisados uma vez que ou possuem uma rede com grande capacidade (Alemanha, Reino Unido e a Holanda) ou o utilizador final paga de acordo com os gigabytes contratados evitando por tal o congestionamento na rede (Brasil). Por outro lado, os fornecedores de aplicações e de plataformas de disponibilização de conteúdos entrevistados referem que os custos do *upgrade* estão a diminuir devido ao investimento que realizam a nível de otimização de tráfego, onde o recurso à tecnologia faz com que os dados ocupem cada vez menos largura de banda.

Para todos os entrevistados o aspeto positivo dos OTT tem a ver com:

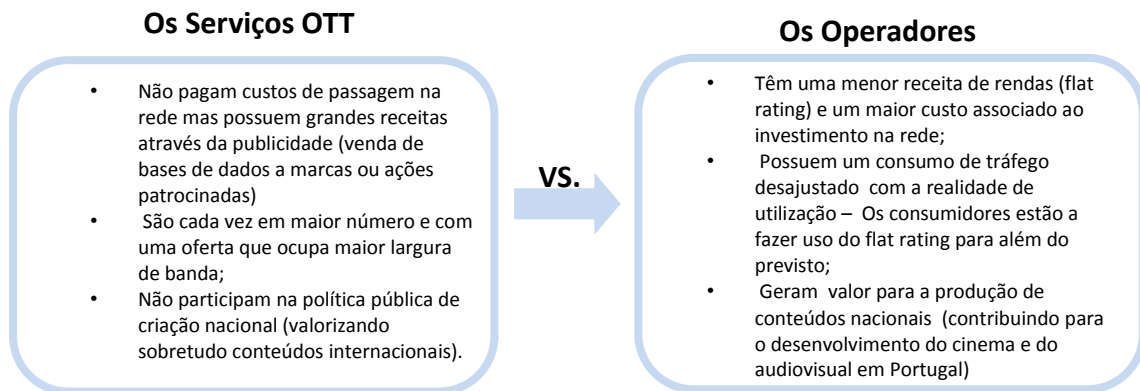
O aumento de inovação e tecnologia do setor das comunicações eletrónicas que faz com que o consumidor final tenha à disposição diversos serviços (sem pagar mais por isso) e uma melhor experiência de utilização.

No entanto, o impacto perçecionado é negativo a nível da procura de serviços vistos como mais tradicionais:

- Diminuição/canibalização dos serviços SMS, MMS e Voz;
- Declínio de utilização das comunicações internacionais;
- Declínio de visionamento da televisão linear pela introdução do fluxo contínuo de vídeo.

Perante este cenário, os operadores de redes e os prestadores de serviços de comunicações eletrónicas (assim como alguns Operadores de televisão, Produtores de conteúdos e Entidades públicas nacionais) perçecionam o mercado em dois registos.

⁴ Estimativas de volume de tráfego recolhidas junto das ERN's que conseguiram quantificar a variação da evolução (3 entidades)



Tendo em conta este enquadramento, os operadores de redes de comunicações eletrónicas tendem a apostar em novos serviços (na sua maioria OTT) para responder às exigências dos seus clientes e para criar uma identidade diferenciadora junto da concorrência direta.

Por outro lado, estão a tentar dialogar com os fornecedores de OTT por forma a chegarem a um acordo em termos de sustentabilidade do modelo de negócio.

Atualmente as parcerias que existem (Cabovisão com o Google e o Facebook; NOS com os serviços WhatsApp, Skype e SnapChat; MEO com os serviços WhatsApp, Skype e SnapChat e Vodafone com o serviço Spotify) possuem como objetivo proporcionar um serviço de maior qualidade ao utilizador final sem existir qualquer acordo comercial.

De uma maneira geral, e por forma a reestabelecer o equilíbrio do ecossistema das comunicações eletrónicas, a estratégia relatada pela maioria das Entidades regulatórias, pelos Fornecedores de aplicações, de *software* e de plataformas de disponibilização de conteúdos passa pelo aumento do preço junto do utilizador final.

No entanto, para os operadores de comunicações eletrónicas, o aumento dos tarifários praticados não aparece como uma solução estratégica. Com efeito:

- Seria um retrocesso no mercado que o consumidor veria de mau agrado;
- Se refletir a posição de um operador, os clientes migram para a concorrência;
- Se todos os operadores de redes de comunicações eletrónicas optarem por aumentar os preços, o regulador poderia classificar a iniciativa como uma ação concertada e atuaria em consonância.

Por todo este contexto, os operadores de redes de comunicações eletrónicas entrevistados defendem a existência de uma intervenção regulatória que passe por diferenciar o âmbito de atuação de cada OTT e não de os classificar todos como serviços da sociedade de informação.

Partindo deste pressuposto, todos os serviços considerados como substitutos (ou possíveis substitutos) dos serviços de comunicação eletrónicas tradicionais deveriam respeitar um quadro normativo onde:

- Existisse um compromisso entre quem distribui e o que é distribuído no sentido da sustentabilidade do modelo de negócio;
- Tivessem as mesmas exigências ao nível da privacidade e da proteção de dados e, em alguns casos, ao nível dos direitos de propriedade intelectual;
- Tivessem os mesmos encargos ao nível dos sistemas de apoio e de obrigações de cada país (nomeadamente ao nível do cinema e do audiovisual).

Por outro lado, as entidades cuja esfera de atuação tenha a ver com o consumidor defendem a existência de uma supervisão contínua sobre os acordos que são feitos entre os operadores e os serviços OTT para que estas parcerias não prejudiquem o utilizador final.

3. Lado da procura

A maior utilização de Internet verifica-se na faixa etária mais jovem, até aos 34 anos, constatando-se que a grande maioria são detentores de pacotes de telecomunicações contratados essencialmente aos operadores MEO e NOS. A quota de mercado da Vodafone surge em 3º lugar, verificando-se uma maior expressão deste operador nos utilizadores de telemóvel inteligente / tablete.

A utilização de serviços OTT é definitivamente uma tendência, apresentando quotas de utilização superiores a 50% em todos os grupos de serviços analisados, destacando-se os motores de busca, redes sociais e serviços audiovisuais, com quotas de mercado de 98%, 94%, 91% respetivamente. No caso específico dos telemóveis inteligentes / tablets, são as mensagens instantâneas que ocupam o terceiro lugar.

Dos serviços OTT'S mais utilizados, para a globalidade dos dispositivos estudados, destacam-se os seguintes por cada um dos grupos:

- VoIP – Skype, Facebook Messenger e Whatsapp.
- Mensagens Instantâneas - Facebook Messenger, Skype e Whatsapp.
- Serviços de audiovisual – Youtube, Spotify e Vimeo.
- Redes Sociais – Facebook, Instagram e LinkedIn.
- Partilha e armazenamento de ficheiros – Dropbox, Google Drive e OneDrive.
- Motores de busca – Google, OLX e Wikipedia.

Como principais motivos apresentados para esta crescente adesão sobressaem a facilidade de acesso, funcionalidades, qualidade destes serviços, preço (dado que a maioria não têm qualquer custo de adesão) e número de pessoas que se encontram ligadas. Na sequência deste interesse na utilização de OTT, a Netflix aparece como sendo o serviço mais desejado e com maior interesse em ser disponibilizado em Portugal.

Conclui-se igualmente que a maioria dos serviços OTT é de tráfego “não gratuito”, sendo que no telemóvel inteligente / tablete esta proporção é mais expressiva quando comparada com a do computador. Não obstante, os resultados observados levam-nos a questionar se para os utilizadores este conceito de “tráfego gratuito” é claro e de fácil compreensão.

De uma forma global e transversal a todos estes grupos de serviços OTT e dispositivos, é ao fim de semana e no período das 19h às 7h que mais minutos são despendidos com a utilização destes serviços, no âmbito pessoal.

O grau de satisfação quer ao nível dos operadores de Internet fixa e móvel, quer ao nível dos diferentes serviços OTT, é bastante positivo apresentando valorizações médias sempre acima dos 7 pontos (na escala de 1 a 10). Do lado dos operadores essa satisfação deve-se essencialmente à boa cobertura de rede e velocidade e é a Vodafone, o operador que lidera. Ainda assim, existem alguns utilizadores que alegam motivos de descontentamento realçando, no caso da rede fixa, uma fraca qualidade do serviço / falhas técnicas e na rede móvel, os preços / mensalidade / promoções.

No que diz respeito aos diferentes grupos de serviços OTT, não se encontram diferenças substanciais na satisfação do utilizador de acordo com o tipo de dispositivo utilizado e são os motores de busca, as mensagens instantâneas e a partilha e armazenamento de ficheiros que lideram com 8,8; 8,3 e 8,3; respetivamente. Ainda assim, para os utilizadores menos satisfeitos são as quebras de ligação (interrupções, paragens, bloqueios e instabilidades de ligação) que surgem como principal motivo de descontentamento para a generalidade dos serviços OTT. São exceções as redes sociais com grande preocupação com a política de privacidade e os motores de busca com a qualidade do serviço / qualidade dos resultados de busca.

Apesar da qualidade ser mencionada como um motivo de insatisfação a perceção global que têm da qualidade é bastante positiva, apresentando valorizações médias acima dos 7 pontos. Sendo que a qualidade dos serviços gratuitos é percecionada como superior, o que é compreensível dado o menor nível de exigência naturalmente associado a serviços não pagos.

A ocorrência de falhas na utilização dos serviços OTT é uma realidade que apresenta maior expressão nos serviços VoIP, nos serviços audiovisuais e nas redes sociais afetando quase cerca de metade dos utilizadores e é no telemóvel inteligente / tablete onde essa incidência é maior. A atribuição dessas falhas é maioritariamente associada ao operador de redes de comunicações eletrónicas, independentemente do dispositivo ou serviço OTT em causa.

Tal como abordado várias vezes ao longo do relatório, a procura de serviços OTT e respetiva utilização tem sido crescente e os resultados deste estudo consubstanciam esse fato, pois é visível na grande maioria dos casos o aumento do consumo de OTT do passado para o presente, assim como um aumento do número de utilizadores e uma intenção futura de utilização crescente destes serviços. Globalmente a estimativa de crescimento, no espaço temporal de um ano, considerando como unidade de medida, o número de minutos despendidos com estes serviços, ronda os 8%, obtendo-se a seguinte distribuição pelos diferentes serviços OTT:

- VoIP – 13%.
- Mensagens instantâneas – 7%.
- Serviços audiovisuais – 10%.
- Redes sociais – 3%.
- Partilha e armazenamento de ficheiros – 15%.
- Motores de busca – 8%.

É no telemóvel inteligente / tablete onde se observam os maiores crescimentos, podendo este fato estar diretamente relacionado com a crescente penetração destes no mercado.

A utilização de serviços OTT é essencialmente feita através de internet fixa, independentemente do dispositivo utilizado.

Dada a boa qualidade percebida pelos utilizadores de OTT e os elevados níveis de satisfação, não existem, para já, motivos de alarme no que respeita ao congestionamento resultante da procura destes serviços. No entanto com o crescimento desta procura é natural que um maior número de utilizadores apontem o acesso lento e quebras e interrupções, que atualmente já são referidas como causas de insatisfação daqueles que se encontram mais descontentes.

Os operadores de serviços OTT oferecem serviços que dependem da infraestrutura fornecida pelas empresas de telecomunicações, e partindo dessa premissa existe por si só uma relação de complementaridade. Para além deste fato os serviços tradicionais continuam a ter liderança face aos serviços OTT e caso num futuro próximo estes últimos passem na sua maioria a ser pagos a adesão a estes serviços, aparentemente tenderá a ser menor, porque é o preço baixo ou ausência deste que aparece como o principal motivo associado à utilização destes serviços.

É revelado que mais de 70% dos utilizadores não estão dispostos a pagar pelos serviços OTT e, aqueles que estão, apresentam uma fasquia máxima a rondar os 9 euros mensais, especificamente no caso do VoIP.

O estudo leva a crer ainda que, caso as condições de cada um dos serviços OTT e os correspondentes serviços tradicionais, daqui a 5 anos, mantenham as mesmas características, o principal motivo que levará a uma substituição completa dos serviços tradicionais pelo serviço OTT será a melhoria da qualidade quer das chamadas VoIP (no serviço VoIP), quer da Internet móvel (nas mensagens instantâneas), quer dos conteúdos dos serviços de audiovisuais.

LISTA DE ACRÓNIMOS

AdC – Autoridade da Concorrência

AKOS – *Agency for Communications Networks and Services of the Republic of Slovenia*

ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações

ARN – Autoridades de Regulação Nacionais

B2B2C – *Business-to-Business-to Consumer*

BNETZa - *Bendesnetzagentur*

BoF – *Bits of Freedom*

CAPEX – *Capital Expenditure*

CCIA – *Computer and Communications Industry Association*

CDN – *Content Delivery Networks* (redes de distribuição de conteúdo)

DDOS – *Distributed Denial of Service*

DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor

ECM – *Electronic Communications Markets* (Mercado de Comunicações Eletrónicas)

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação social

EUA – Estados Unidos da América

FCC – *Federal Communications Commission*

HD – *High Definition*

iDA – Infocomm Development Authority

IM – *Instant Messaging*

IP – *Internet Protocol*

ISP – *Internet Service Providers* (fornecedores de serviços de Internet)

IVR – *Interactive Voice Response*

KCC - *Korean Communications Commission*

MHEG – 5 – ISO Multimedia and Hypermedia information coding Expert Group

MHP – *Multimedia Home Platform*

MMS – *Multimedia Messaging Service*

MSP – *Multi Sided Platform / plataforma multilateral*

MVNO – *Operador Móvel com Rede Virtual*

mVoIP – *mobile Voice over Internet Protocol*

OTT – *Over-The-Top*

P2P – *Peer-to-peer*

PATS – *Publicly Available Telephone Services*

PC – *Personal Computer*

RTP – *Rádio e Televisão de Portugal*

SIC – *Sociedade Independente de Comunicação*

SIM – *Subscriber Identity Module*

SMS – *Short Message Service*

Telco – *Operador de Telecomunicações*

TVI – *Televisão Independente*

UIs – *Utilizadores finais da Internet*

UGC – *União Geral dos Consumidores*

VOD – *Video on Demand*

VoIP – *Voice over Internet Protocol*

VoLTE – *Voice over Long Term Evolution*

REFERÊNCIAS DE LITERATURA

- [1] Cisco, “Cisco Visual Networking Index : Forecast and Methodology , 2014 – 2019,” 2014.
- [2] S. Baldry, M. Steingröver, and M. a Hessler, “The rise of OTT players – what is the appropriate regulatory response?,” *Int. Telecommun. Soc. Reg. Conf.*, p. 10, 2014.
- [3] J. Krämer, L. Wiewiorra, and C. Weinhardt, “Net neutrality: A progress report,” *Telecomm. Policy*, vol. 37, no. 9, pp. 794–813, 2013.
- [4] EMarketer, “Are we watching the death os SMS?,” 2015. [Online]. Available: <http://www.emarketer.com/Article/Watching-Death-of-SMS/1012124>.
- [5] ANACOM, “Informação estatística - 4ºTrimestre de 2014,” 2015.
- [6] Marktest, “Barómetro de Telecomunicações,” 2014.
- [7] M. Peitz and T. Valletti, “Reassessing Competition Concerns in Electronic Communications Markets,” 2014.
- [8] M. Peitz, H. Schweitzer, and T. Valletti, “Market Definition, Market Power and Regulatory Interaction in Electronic Communications Markets,” 2014.
- [9] OECD, “The Development of Fixed Broadband Networks,” *OECD Digit. Econ. Pap.*, no. 239, 2014.
- [10] European Commission, “Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council laying down measures concerning the European single market for electronic communications and to achieve a Connected Continent, and amending Directives 2002/20/EC, 2002/21/EC and 2002/,” 2013.
- [11] BEREC, “Report on OTT services,” no. 142, 2015.
- [12] F. Li and J. Whalley, “Deconstruction of the telecommunications industry: from value chains to value networks,” *Telecomm. Policy*, vol. 26, no. 9–10, pp. 451–472, 2002.
- [13] J. Peppard and A. Rylander, “From Value Chain to Value Network:. Insights for Mobile Operators,” *Eur. Manag. J.*, vol. 24, no. 2–3, pp. 128–141, 2006.
- [14] Office of Electronic Communications, “Internet Value Chain and Potential Market Models,” no. December, pp. 7, 8, 9, 10, 2010.
- [15] A. Hagiu and Julian Wright, “Multi-Sided Platforms,” 2015.
- [16] M. Katz and C. Shapiro, “Network Externalities, Competition and Compatibility,” *Am. Econ. Rev.*, vol. 75(3), pp. 424–440, 1985.
- [17] M. Armstrong, “Competition in Two-Sided Markets,” *Rand J. Econ.*, pp. 668–691, 2006.

- [18] J. C. Rochet and J. Tirole, “Platform Competition in Two-Sided Markets,” *J. Eur. Econ. Assoc.*, pp. 990–1029, 2003.
- [19] J. C. Rochet and J. Tirole, “Two-Sided Markets: A Progress Report,” *Rand J. Econ.*, pp. 645–667, 2006.
- [20] J. M. Bauer, “Platforms, systems competition, and innovation: Reassessing the foundations of communications policy,” *Telecomm. Policy*, pp. 1–12, 2014.
- [21] E. Gal-Or and A. Dukes, “Minimum Differentiation in Commercial Media Markets,” *J. Econ. Manag. Strateg.*, vol. 12, no. 3, pp. 291–325, 2003.
- [22] J. J. Gabszewicz, D. Laussel, and N. Sonnac, “Programming and advertising competition in the broadcasting industry,” *J. Econ. Manag. Strateg.*, vol. 13, no. 4, pp. 657–669, 2004.
- [23] M. Discussion, P. No, A. Ambrus, and M. Reisinger, “Attila Ambrus und Markus Reisinger : Exclusive vs Overlapping Viewers in Media Markets Department of Economics Volkswirtschaftliche Fakultät Online at <http://epub.ub.uni-muenchen.de/1178/> Exclusive vs Overlapping Viewers in Media Markets *,” 2006.
- [24] H. J. Kind, T. Nilssen, and L. Sørgard, “Competition for Viewers and Advertisers in a TV Oligopoly,” *J. Media Econ.*, vol. 20, no. 3, pp. 211–233, 2007.
- [25] H. J. Kind, T. Nilssen, and L. Sørgard, “Business Models for Media Firms: Does Competition Matter for How They Raise Revenue?,” *Mark. Sci.*, vol. 28, no. 6, pp. 1112–1128, 2009.
- [26] A. Ambrus, E. Calvano, and M. Reisinger, “Either or both competition : a ‘ two-sided ’ theory of advertising with overlapping,” no. May, pp. 1–41, 2012.
- [27] S. P. Anderson, Ø. Foros, and H. J. Kind, “Competition for advertisers in media markets *,” *Media*, no. May, 2011.
- [28] M. Reisinger, “Platform Competition for Advertisers and Users in Media Markets,” *Int. J. Ind. Organ.*, vol. 30, no. 2, pp. 243–252, 2012.
- [29] C. S. Yoo, *The Dynamic Internet: How Technology, Users, and Business are transforming the Network*. Washington: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 2012.
- [30] R. S. Lee and T. Wu, “Subsidizing Creativity through Network Design: Zero-Pricing and Net Neutrality,” *J. Econ. Perspect.*, vol. 23(3), no. 61–76, 2009.
- [31] N. Economides and J. Tag, “Net neutrality on the Internet: A two-sided market analysis,” *Inf. Econ. Policy*, vol. 24(2), no. 91–104, 2012.
- [32] F. Kourandi, J. Krämer, and T. Valletti, “Net Neutrality, Exclusivity Contracts, and Internet Fragmentation,” *Inf. Syst. Res.*, vol. 26, no. 2, pp. 320–338, 2015.
- [33] M. Peitz and F. Schuett, “Net Neutrality and Inflation of Traffic,” *TILEC Discuss. Pap.*, no. 2015–006, 2015.

- [34] J. G. Sidak and D. J. Teece, “Innovation spillovers and the “dirt road” fallacy: The intellectual bankruptcy of banning optional transactions for enhanced delivery over the internet,” *J. Compet. Law Econ.*, vol. 6, no. 521–594, 2010.
- [35] J. Choi and B. Kim, “Net Neutrality and Investment Incentives,” *Rand J. Econ.*, vol. 41, no. 446–471, 2010.
- [36] H. K. Cheng, S. Bandyopadhyay, and H. Guo, “The debate on net neutrality: A policy perspective,” *Inf. Syst. Res.*, vol. 22, no. 60–82, 2011.
- [37] N. Economides and B. Hermalin, “The Economics of Network Neutrality,” *Rand J. Econ.*, vol. 43, no. 602–629, 2012.
- [38] N. Economides, “Why Imposing New Tolls on Third-Party Content and Applications Threatens Innovation and will not Improve Broadband Providers’ Investment,” 2010.
- [39] T. Wu, “Wireless Carterfone,” *Int. J. Commun.*, vol. 1, no. 389–426, 2007.
- [40] B. van Schewick, “Towards an economic framework for network neutrality regulation,” *J. Telecommun. High Technol. Law*, vol. 5, no. 329–392, 2007.
- [41] M. Bourreau, F. Kourandi, and T. Valletti, “Net neutrality with competing internet platforms,” *J. Ind. Econ.*, vol. 63(1), no. 30–73, 2015.
- [42] B. E. Hermalin and M. L. Katz, “Your network or mine? The economics of routing rules,” *RAND J. Econ.*, vol. 37, no. 3, pp. 692–719, 2006.
- [43] J. S. Gans, “Weak versus strong net neutrality,” *J. Regul. Econ.*, no. November, pp. 1–18, 2014.
- [44] J. Kraemer and L. Wiewiorra, “Network Neutrality and Congestion Sensitive Content Providers: Implications for Content Variety, Broadband Investment and Regulation,” *Inf. Syst. Res.*, vol. 23(4), no. 1303–1321, 2012.
- [45] B. F. Schuett, “TILEC TILEC Discussion Paper A Survey of the Economic Literature *,” 2010.
- [46] BEREC, “How Consumers Value Net Neutrality in an Evolving Internet Marketplace,” 2015.
- [47] Indera, “Estudo sobre questões concorrenciais e de regulação no mercado do serviço telefónico móvel Estudo de preferências dos consumidores com base em inquérito,” 2015.
- [48] A. M. Brandenburger and B. J. Nalebuff, “Co-Opetition,” 1997.
- [49] M. K. Chen and B. Nalebuff, “One-Way Essential Complements,” pp. 1–39, 2007.
- [50] J. J. Rio and S. Malik, “The top-line impact of OTTs,” 2013.
- [51] Filistrucchi and Lapo, “No Title,” No. 08-34, 2008.

- [52] L. Filistrucchi, D. Geradin, E. van Damme, and P. Affeldt, “Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice,” *J. Compet. Law Econ.*, vol. 10, no. 293–339, 2014.
- [53] N. Zingales, “Product Market Definition in Online Search and Advertising,” *Compet. Law Rev.*, vol. 9, no. 29–47, 2013.
- [54] F. Thépot, “Market Power in Online Search and Social Networking: A Matter of Two-Sided Markets,” *World Compet.*, vol. 36(2), no. 195–222, 2013.
- [55] P. Pereira, T. Varela, and E. Ribeiro, “Delineating markets for bundles with consumer level data: The case of triple-play,” *Int. J. Ind. Organ.*, no. 31, pp. p. 760–773, 2013.
- [56] M. P. F. de A. Pereira and V. Ntarzanou, “A study of the underlying issues for the European Single Market of Telecommunications and OTT services,” 2015.
- [57] Portio Research, “Mobile Messaging Futures 2014-2018,” 2014.
- [58] ANACOM, “Serviços móveis - informação estatística 1º Trimestre de 2015,” 2015.
- [59] EMarketer, “Internet to Hit 3 Billion Users in 2015,” 2014. [Online]. Available: <http://www.emarketer.com/Article/Internet-Hit-3-Billion-Users-2015/1011602>.
- [60] EMarketer, “Worldwide Smartphone Usage to Grow 25% in 2014,” 2014. [Online]. Available: <http://www.emarketer.com/Article/Worldwide-Smartphone-Usage-Grow-25-2014/1010920>.
- [61] Eurostat, “Individuals - internet use,” 2015. [Online]. Available: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ci_ifp_iu&lang=en.
- [62] S. Lorenzo and D. El Escorial, “Telecom operators and the aftermath of the European Commission agenda for the termination of roaming charges within the EU,” 2015.
- [63] European Telecommunications Network Operators, “Annual economic Report 2014,” 2014.
- [64] A. P. Marques, “Perspetivas sobre a cadeia de valor,” 2013.
- [65] Regus, “Flexible working: state of the nation,” 2015.
- [66] CISCO, “Tráfego global de dados móveis,” 2013. [Online]. Available: <http://www.cisco.com/web/PT/press/articles/2014/20140205.html>.
- [67] D. Lewin, P. Marks, Y. S. Chan, W. Webb, C. Chatzicharalampous, and T. Jacks, “Challenges and opportunities of broadcast-broadband convergence and its impact on spectrum and network use,” 2013.
- [68] National Media and Infocommunications authority Hungary, “Impact of Over-The-Top Content Services on the Media System.”
- [69] “Pay-TV and OTT video services in Western Europe: forecasts and analysis 2013-2018,” 2013.

- [70] ANACOM, “Serviços Over-The-Top (OTT): Utilização de instant messaging, chamadas de voz e TV pela Internet em Portugal e na U.E.,” 2014.
- [71] ANACOM, “Quotas de assinantes no 1º trimestre de 2015 em Portugal (%)” 2015. [Online]. Available: http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1359494#.Va_IhrUoHUf.
- [72] Vodafone, “Acordo de partilha de rede Fibra entre PT e Vodafone,” 2014. [Online]. Available: <http://press.vodafone.pt/2014/07/24/vodafone-portugal-expande-rede-de-fibra-optica-para-2-milhoes-de-casas-atraves-de-acordo-de-partilha-de-rede-com-a-pt/>.
- [73] S. Marine, “Telecom network migration to IP and its impact on the future of telecommunications,” 2001.
- [74] P. Larouche, “Convergence, consolidation, uncertainty: future-proofing electronic communications regulation,” 2013.
- [75] R. Klemann, “If Bottled Water Prices Can Be Differentiated, So Can Broadband Access,” 2012. [Online]. Available: <http://blogs.cisco.com/tag/flat-rate-pricing>.
- [76] J. Chavin, A. Ginwala, and M. Spear, “The future of mobile messaging: Over-the-top competitors threaten SMS as a result of the increased penetration of smartphones and OS application,” 2012.
- [77] SKYTIDE, “How Telcos and ISPs Can Learn to Love OTT Using localized CDNs to profit from improved QoS,” 2012.
- [78] T. Rebbeck and G. Williams, “Operator partnerships with OTT providers: a review of operator motivations,” 2014.
- [79] D. Su and R. Crowe, “5504 smartphone consumers can’t be wrong,” 2015.
- [80] S. Nakajima, V. Bonneau, and C. Pennings, “OTT Regulation - The Internet is becoming not-so-free,” 2015.
- [81] “Quadro regulamentar para as comunicações eletrónicas.” [Online]. Available: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=uriserv:l24216a>.
- [82] “Lei n.º 5/2004 - Diário da República Eletrónico,” 1.ª série – N.º 176, 2011. [Online]. Available: http://www.cnpd.pt/bin/legis/nacional/Lei_5_2004.pdf.
- [83] ANACOM, “QUADRO REGULAMENTAR PARA AS COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS: UNIÃO EUROPEIA.”
- [84] K. Jayakar, E. Park, and N. Haven, “Emerging frameworks for regulation of Over-The-Top services on mobile networks: An international comparison,” 2014.
- [85] “Fim das tarifas de roaming: Presidência chega a acordo com Parlamento Europeu,” in *Comunicado de imprensa do Conselho da UE 542/15*, 2015.
- [86] European Commission, “Commission welcomes agreement to end roaming charges and to guarantee an open Internet,” 2015.

- [87] Comissão Europeia, “Recomendação da comissão de 9 de outubro de 2014 relativa aos mercados relevantes de produtos e serviços no setor das comunicações eletrónicas suscetíveis de regulamentação,” 2014.
- [88] E. Commission, “Sustainable Development.” [Online]. Available: <http://ec.europa.eu/environment/eussd/>.
- [89] ZenithOptimedia, “Advertising Expenditure Forecasts March,” 2015.
- [90] D. Evans and R. Schmalensee, *The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses*. 2013.
- [91] C. Genakos and T. Valletti, “Testing the Waterbed Effect in Mobile Communications,” *J. Eur. Econ. Assoc.*, vol. 9, no. 1114–1142, 2011.
- [92] C. Genakos and T. Valletti, “Evaluating a Decade of Mobile Termination Rate Regulation,” *Econ. J.*, vol. 125, no. F31–F48, 2014.
- [93] F. C. Commissions, “Report & Order,” 2010.
- [94] V. Kocsis and P. W. J. Bijl, “Network neutrality and the nature of competition between network operators,” *Int. Econ. Econ. Policy*, vol. 4, no. 159–184, 2007.
- [95] T. J. Brennan, “Net neutrality or minimum quality standards: Network effects vs. market power justifications,” 2011.
- [96] Spengler, “Vertical Integration and Antitrust Policy,” *J. Polit. Econ.*, vol. 58, no. 347–352, 1950.
- [97] S. Hoernig, R. Inderst, and T. Valletti, “Calling circles: network competition with nonuniform calling patterns,” *RAND J. Econ.*, vol. 45, no. F31–F48, 2014.
- [98] R. Fraga, “Google anuncia cabo submarino entre Estados Unidos e América Latina,” *MEIOBIT*, 2014. [Online]. Available: <http://meiobit.com/300378/google-anuncia-cabo-submarino-entre-estados-unidos-e-america-latina-com-64-tbps/>.

ANEXO A – LISTA DE SERVIÇOS OTT

São apresentados, de seguida, os serviços OTT disponíveis em Portugal, distribuídos pelas seguintes categorias:

- Serviços de Mensagens Instantâneas;
- Serviços de Chamadas de Voz e Vídeo pela Internet;
- Serviços audiovisuais de *vídeo*;
- Serviços audiovisuais de *áudio*.

Tendo em conta os objetivos principais do estudo, decidiu-se apresentar apenas os serviços que poderiam ser considerados substitutos dos serviços de comunicação tradicionais.

Serviços de Mensagens Instantâneas

BlackBerry Messenger	InstaMessage	Telegram
ChatON	JusTalk	TextMe
Chomp SMS	Kakaotalk	TextPlus
Coco	Kik	Textra SMS
Facebook Messenger	Line	Viber
Fring	Nimbuzz	Voxer
Google Messenger	Omlet Chat	Voxox
GroupMe	ooVoo	WeChat
Hangouts	QQ	WhatsApp
Hike	Skype	Yahoo Messenger
ICQ	Snapchat	Zoho Chat
iMessage	Talkray	
imo	Tango	

Serviços de Chamadas de Voz e Vídeo pela Internet

BlackBerry Messenger	Kakaotalk	Tango
ChatON	Line	TextMe
Coco	MagicApp	Viber
ePhone	Nimbuzz	VoiPortugal
FaceTime	ooVoo	Vonage
Fring	QQ	Voxer
Hangouts	RedPhone	Voxox
ICQ	RingCentral	WeChat
imo	Skype	WhatsApp
JusTalk	Talkray	

Serviços audiovisuais de vídeo

Apple TV	Google Play	Veoh
Crackle	IPTV	Viewster
Dailymotion	Metacafe	Vimeo
ESPN	MobiTV	Vine
Fox Play	Podcast Addict	Youtube

Serviços audiovisuais de áudio

7digital	Jango	Slacker Radio
Apple Music	Last FM	SoundCloud
Beatport	Napster	Spotify
BeyondPod	Podcast Addict	TuneIn
Deezer	Rdio	WiMP
Grooveshark	Rhapsody	Xbox Music

ANEXO B – DESK RESEARCH

FCC

- Enquadramento dos serviços OTTs

A FCC alterou a definição de MVPD (multichannel video programming distributor) para incluir alguns serviços over-the-top. De acordo com esta entidade o termo MVPD necessitava se ser atualizado para incluir múltiplos serviços – Assim, qualquer fornecedor de *videostreaming* é considerado um MVPD independentemente da tecnologia utilizada. A Comissão realizou grandes esforços para acelerar a transição para as redes IP uma vez que tal é de interesse público – Permite a inovação mantendo ao mesmo tempo valores essenciais como a concorrência e a escolha do consumidor (fonte: FCC).

- Setor das comunicações eletrónicas com alterações – Sobretudo a nível da transmissão de vídeo

De acordo com a FCC, várias companhias possuem o seu negócio baseado na distribuição da internet o que faz com que haja uma evolução tecnológica- A transmissão da televisão passou de analógica para digital e os operadores de telecomunicações tornaram-se fornecedores de dados – Este novo paradigma reflete um caminho crucial para a internet (fonte: streamingmedia.com).

Para a FCC, esta mudança traz vantagens para o consumidor americano que pode optar por um maior leque de conteúdos e visionar a informação que pretende através de qualquer tipo de ecrã (fonte: streamingmedia.com).

De acordo com a Comissão, 78% dos adultos americanos usam a internet para visionar ou realizar *download* de vídeos. (fonte: FCC)

- Modelo de serviço

Para a FCC, as regras de internet aberta devem ser vistas como um incentivo para o desenvolvimento, expansão e inovação. De acordo com esta entidade, o modelo de serviço deve deixar de ser um negócio de televisão para passar a ser um negócio de informação. Neste sentido, a FCC incentiva as estações de televisão a tornarem-se fornecedores de informação (fonte: telecomtv.com).

- Intervenção regulatória

A FCC está atualmente a realizar esforços para criar um ambiente/contexto onde os canais por subscrição e os fornecedores online estejam no mesmo *playing field* em termos de direitos de conteúdos. Ao classificar alguns fornecedores de serviços OTT como MVPDs faz com que estes estejam sujeitos ao mesmo quadro regulatório que os operadores (fonte: Nscreenmedia).

A FCC adotou novas regras de acesso à internet de banda larga: a) Exige que todos os prestadores de serviços com acesso à Internet de banda larga divulguem as suas

práticas de gestão de rede, as características do negócio e os termos e as condições de seus serviços; b) Proíbe os fornecedores de internet fixa de bloquear conteúdos legais, aplicativos, serviços ou dispositivos que não sejam prejudiciais; c) Proíbe os fornecedores de internet móvel de bloquear sites legais ou aplicativos que concorram com os seus serviços de voz ou vídeo; e d) Proíbe os fornecedores de internet fixa de discriminar injustificadamente o tráfego legal de dados (fonte: FCC)

- Cumprimento do princípio da neutralidade da internet

Nos Estados Unidos a OIAC's (Open Internet Advisory Committee) tem como missão monitorizar e avaliar os efeitos das regras da FCC relativamente à internet aberta e fornecer à FCC todas as recomendações que considere adequadas sobre as políticas e práticas relacionadas com a preservação da Internet aberta. A OIAC observa a evolução do mercado no que respeita à liberdade na Internet tendo em conta as regras da internet aberta da FCC - Transparência, práticas de gestão de rede, diferenciação a nível dos serviços de banda larga (fixa e móvel), serviços especializados, normas técnicas, e concorrência. (fonte: FCC)

N-Square / Communications & Connectivity Coalition (C² Coalition)

(Fontes: <http://www.c2coalition.eu>; Comments on BEREC's Draft Report on OTT Services by the C² Coalition, November 2015; Comments on Ofcom's Strategic Review of Digital Communications by the C² Coalition, October 2015)

- Enquadramento dos serviços OTTs

A C² Coalition não concorda com a terminologia OTT – Over-the-top refere-se a algo que é feito em quantidades excessivas ou para além dos limites razoáveis. Neste sentido, a designação CAPs (content and application providers) é vista como mais adequada.

Em termos de taxonomia, a C² Coalition tem em conta o modelo OSI (*Open System Interconnection*) em que os operadores de rede estão no nível 1-2 e os fornecedores de serviços, conteúdos e aplicações estão no nível 3-4. Os diversos níveis interagem no ecossistema da internet existindo diferentes tipos de investimento em cada nível.

A C² Coalition defende que os serviços OTT trazem benefícios aos consumidores, aumentam a concorrência, fornecem uma plataforma para a inovação, impulsionam a procura de banda larga e permitem o crescimento económico.

Os benefícios para o consumidor passam por serem serviços mais baratos ou gratuitos, inovadores (em que se pode, por ex., visionar a pessoa com quem se está a falar) e práticos (no sentido de permitir, por ex., organizar mais facilmente uma chamada de conferência em tempo real).

Para esta entidade, os serviços OTT são complementares dos serviços de comunicação tradicionais – São serviços que permitem ao consumidor combinar mensagens instantâneas, voz, vídeo, transferência de arquivos, partilha de documentos, etc., tudo ao mesmo tempo ou de forma contínua.

A C² Coalition defende a classificação dos OTTs como serviços ISS (*information society services*) ao invés de serviços ECS (*electronic communications services*) por forma a garantir a inovação. A classificação de ISS garante que as diretivas do E-Commerce e da proteção de dados sejam cumpridas em benefício do utilizador final.

- Setor das comunicações eletrónicas com alterações

De acordo com a C² Coalition a internet está a transformar a forma como se comunica - Gera inovação e concorrência, cria preços competitivos e oferece uma infinidade de serviços de comunicações.

- Modelo de serviço

Para a C² Coalition o ecossistema da Internet caracteriza-se por um ciclo virtuoso em que todos os intervenientes na cadeia de valor beneficiam e contribuem. Desta forma, os fornecedores de conteúdos, aplicações e serviços participam para uma economia europeia dinâmica.

O *core business* dos fornecedores de OTTs é proporcionarem conteúdos e aplicações apelativos para os utilizadores finais. Paralelamente, contribuem de forma significativa para o "tecido físico da Internet" uma vez que investem em DNS's, e também a nível do transporte e entrega da informação.

De acordo com esta entidade, existe potencial de crescimento para os operadores de telecomunicações tradicionais (através do VoIP e das mensagens instantâneas) caso estes assumem os dados como modelo de negócio. A procura de largura de banda é impulsionada pelos consumidores que querem aceder aos conteúdos, aplicações e serviços. Assim, se não existisse este aumento de procura de acesso à Internet (móvel), os operadores de rede teriam um mercado mais pequeno e, conseqüentemente, um decréscimo das suas receitas.

- Intervenção regulatória

A C² Coalition defende a existência de uma regulamentação inteligente que deve direcionar a sua atuação a todo o tipo de contenção/estrangulamento de tráfego existente no mercado.

- Cumprimento do princípio da neutralidade da internet

A C² Coalition é contra qualquer tentativa de bloqueio ou de priorização de conteúdos, aplicações e serviços de Internet legais. Para esta entidade, a neutralidade da internet passa por garantir o princípio de 'innovar sem permissão'.

ANEXO C – CRUZAMENTOS COM VARIÁVEIS SOCIODEMOGRÁFICAS

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
4.2.1 Caracterização da amostra																					
Género e classe etária																					
Masculino - mais 55 anos	7,1%	10,9%	13,5%	6,9%	17,8%	23,4%	4,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,2 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	2,7 p.p.	6,3 p.p.	7,4 p.p.	8,5 p.p.
Masculino - 35 a 54 anos	24,0%	20,9%	19,6%	28,8%	18,0%	34,4%	49,2%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	4,9 p.p.	6,4 p.p.	8,3 p.p.	21,4 p.p.
Masculino - 16 a 34 anos	16,5%	18,7%	14,7%	19,4%	7,2%	21,4%	8,3%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	6,4 p.p.	7,1 p.p.	11,8 p.p.
Feminino - mais 55 anos	5,8%	4,5%	8,0%	1,6%	16,5%	1,5%	2,6%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	6,2 p.p.	2,1 p.p.	6,8 p.p.
Feminino - 35 a 54 anos	17,7%	15,1%	20,1%	18,3%	17,0%	7,8%	22,2%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,8 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	4,2 p.p.	6,2 p.p.	4,7 p.p.	17,8 p.p.
Feminino - 16 a 34 anos	28,8%	30,0%	24,1%	25,0%	23,4%	11,3%	13,6%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	7,0 p.p.	5,5 p.p.	14,6 p.p.
Nível de escolaridade																					
Ensino básico ou menos	12,3%	15,0%	12,7%	15,2%	18,4%	27,6%	4,3%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	6,4 p.p.	7,8 p.p.	8,6 p.p.
Ensino secundário	60,0%	55,1%	59,5%	60,0%	61,2%	49,6%	67,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,1 p.p.	8,7 p.p.	20,1 p.p.
Ensino superior	27,7%	29,9%	27,8%	24,7%	20,4%	22,8%	28,6%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	6,7 p.p.	7,3 p.p.	19,3 p.p.
NS/NR			0,0%							1929							0,0 p.p.				
Situação profissional																					
Empregado	62,4%	57,3%	61,4%	61,3%	57,6%	54,3%	84,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,2 p.p.	8,2 p.p.	8,7 p.p.	15,7 p.p.
Desempregado	19,7%	17,7%	16,5%	17,4%	7,5%	29,0%	15,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	4,4 p.p.	7,9 p.p.	15,3 p.p.
Aluno/ Estudante	11,7%	14,1%	10,9%	14,5%	13,0%	4,7%	1,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	2,1 p.p.	1,4 p.p.	3,8 p.p.	5,6 p.p.	3,7 p.p.	4,3 p.p.
Outros inativos	6,1%	10,8%	10,9%	6,9%	21,7%	12,0%		1686	1083	1929	332	140	127	21	1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	5,7 p.p.	
Outros	0,1%		0,0%					1686		1929					0,2 p.p.		0,1 p.p.				
NS/NR	0,0%		0,2%		0,1%			1686		1929		140			0,1 p.p.		0,2 p.p.		0,5 p.p.		
Rendimento mensal do agregado familiar																					
Até 485 euros	7,5%	8,1%	5,5%	7,7%	2,9%	12,3%	3,9%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	8,3 p.p.
De 486 a 970 euros	27,2%	28,3%	24,4%	30,2%	29,5%	27,7%	42,5%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,1 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	7,6 p.p.	7,8 p.p.	21,1 p.p.
De 971 a 1455 euros	28,4%	27,5%	26,9%	28,6%	33,6%	24,3%	15,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,9 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	4,4 p.p.	7,9 p.p.	15,6 p.p.
De 1456 a 1940 euros	15,7%	14,5%	16,7%	12,0%	8,2%	11,0%	6,8%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,7 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.	10,7 p.p.
De 1941 a 2425 euros	7,4%	7,8%	9,7%	7,9%	14,0%	14,3%	17,6%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	5,6 p.p.	6,1 p.p.	16,3 p.p.
De 2424 a 2909 euros	3,1%	4,0%	5,6%	3,6%	0,4%	2,0%	3,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,8 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,0 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	8,1 p.p.
Igual ou superior a 2910 euros	2,0%	2,8%	3,9%	4,6%	1,0%	3,5%	9,8%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,2 p.p.	12,7 p.p.
NS/NR	8,8%	7,1%	7,2%	5,5%	10,3%	4,9%		1686	1083	1929	332	140	127	21	1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	2,5 p.p.	5,0 p.p.	3,8 p.p.	
4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis																					
Pacote de serviços de telecomunicações																					
Sim	99,0%	99,2%	99,5%	99,3%	100,0%	100,0%	100,0%	1627	1046	1880	321	137	121	21	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
Não	1,0%	0,8%	0,5%	0,7%				1627	1046	1880	321				0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
Operador do pacote de serviços de telecomunicações																					
Meo	29,5%	48,3%	31,8%	59,5%	59,0%	38,2%	62,3%	1597	1029	1862	317	137	121	21	2,2 p.p.	3,1 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	8,2 p.p.	8,7 p.p.	20,7 p.p.
NOS	41,5%	25,0%	43,6%	21,9%	27,6%	60,0%	37,7%	1597	1029	1862	317	137	121	21	2,4 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.	4,6 p.p.	7,5 p.p.	8,7 p.p.	20,7 p.p.
Vodafone	26,4%	17,8%	21,4%	9,4%	8,9%	1,8%		1597	1029	1862	317	137	121	21	2,2 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	3,2 p.p.	4,8 p.p.	2,4 p.p.	
Cabovisão	2,6%	8,9%	3,3%	9,2%	4,5%			1597	1029	1862	317	137			0,8 p.p.	1,7 p.p.	0,8 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.		
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações																					
Televisão por assinatura	77,7%	78,1%	84,7%	81,7%	75,6%	78,0%	93,5%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,0 p.p.	2,5 p.p.	1,6 p.p.	4,2 p.p.	7,1 p.p.	7,2 p.p.	10,5 p.p.
Serviço telefónico fixo	74,2%	76,6%	80,5%	73,4%	75,4%	72,7%	86,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,1 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	4,8 p.p.	7,1 p.p.	7,7 p.p.	14,8 p.p.
Serviço telefónico móvel	55,3%	51,9%	60,2%	57,9%	52,3%	61,8%	62,9%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,3 p.p.	8,4 p.p.	20,7 p.p.
Internet fixa	89,9%	90,5%	93,6%	92,7%	89,1%	87,5%	100,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	2,8 p.p.	5,2 p.p.	5,7 p.p.	0,0 p.p.
Internet móvel por dados móveis	46,2%	46,3%	50,9%	53,7%	45,9%	52,2%	39,4%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,3 p.p.	8,7 p.p.	20,9 p.p.
Internet móvel por pen USB	15,6%	14,7%	15,9%	16,8%	17,6%	15,7%	23,3%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,7 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.	4,0 p.p.	6,3 p.p.	6,3 p.p.	18,1 p.p.
NS/NR	1,6%	1,6%	1,8%	1,6%	0,2%			1686	1083	1929	332	140			0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.		
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações																					
Entre 0 e 9,99 euros	7,0%	4,3%	4,2%	4,1%	2,4%	4,6%	1,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,2 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.	3,6 p.p.	4,3 p.p.
Entre 10 e 19,99 euros	8,7%	6,1%	8,0%	5,7%	10,9%	9,0%	2,8%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,3 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	2,5 p.p.	5,2 p.p.	5,0 p.p.	7,1 p.p.
Entre 20 e 29,99 euros	12,5%	10,1%	10,4%	6,8%	10,5%	16,4%		1686	1083	1929	332	140	127	21	1,6 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	2,7 p.p.	5,1 p.p.	6,4 p.p.	
Entre 30 e 39,99 euros	16,2%	13,6%	13,5%	9,1%	11,4%	15,2%	18,8%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,3 p.p.	6,2 p.p.	16,7 p.p.
Entre 40 e 49,99 euros	13,6%	17,2%	13,6%	16,4%	13,1%	13,7%	20,4%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,6 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	4,0 p.p.	5,6 p.p.	6,0 p.p.	17,2 p.p.
Entre 50 e 69,99 euros	25,2%	28,7%	24,9%	27,1%	28,4%	17,0%	30,8%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,1 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	7,5 p.p.	6,5 p.p.	19,7 p.p.
Entre 70 e 89,99 euros	9,6%	10,2%	16,1%	22,2%	11,0%	11,0%	12,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,4 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	4,5 p.p.	5,8 p.p.	5,5 p.p.	13,9 p.p.
Entre 90 e 119,99 euros	3,8%	5,9%	5,0%	5,4%	5,2%	10,6%	14,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	3,7 p.p.	5,3 p.p.	14,9 p.p.
120 euros ou mais	0,9%	1,2%	1,2%	1,1%	0,6%	0,6%		1686	1083	1929	332	140	127	21	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	
NS/NR	2,5%	2,6%	3,0%	2,0%	3,2%	1,9%		1686	1083	1929	332	140	127	21	0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,5 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.	
Tarifários de Internet móvel																					
Tarifário diário	17,6%	11,4%	12,1%	22,3%	11,2%			251	151	271	50	18			4,7 p.p.	5,1 p.p.	3,9 p.p.	11,5 p.p.	14,5 p.p.		
Tarifário semanal	9,8%	8,1%	6,4%	1,8%	2,1%	7,6%		251	151	271	50	18	14		3,7 p.p.	4,3 p.p.	2,9 p.p.	3,7 p.p.	6,6 p.p.	13,9 p.p.	
Tarifário mensal com dados móveis	4,1%	6,1%	7,3%	16,2%	4,4%	8,4%		251	151	271	50	18	14		2,4 p.p.	3,8 p.p.	3,1 p.p.	10,2 p.p.	9,5 p.p.	14,6 p.p.	
Assinatura mensal não incluída num pac	51,9%	62,9%	59,1%	50,7%	67,8%	80,3%		251	151	271	50	18	14		6,2 p.p.	7,7 p.p.	5,9 p.p.	13,9 p.p.	21,6 p.p.	20,8 p.p.	
Outro	6,2%	4,8%	6,9%	0,6%		100,0%		251	151	271	50			1	3,0 p.p.	3,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.			0,0 p.p.
NS/NR	10,4%	6,7%	8,2%	8,3%	14,6%	3,6%		251	151	271	50	18	14		3,8 p.p.	4,0 p.p.	3,3 p.p.	7,6 p.p.	16,3 p.p.	9,8 p.p.	

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Utilização dos grupos de serviços OTT																					
Motores de busca	98,7%	97,0%	98,2%	95,2%	96,8%	95,9%	100,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,5 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	2,3 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	0,0 p.p.
Redes sociais	95,6%	93,5%	92,6%	91,7%	92,8%	97,8%	100,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,0 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,0 p.p.	4,3 p.p.	2,6 p.p.	0,0 p.p.
Serviços audiovisuais	91,6%	92,6%	89,5%	89,6%	88,0%	92,1%	88,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.	3,3 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.	8,5 p.p.
Mensagens instantâneas	89,3%	86,7%	87,8%	83,9%	87,1%	95,5%	90,4%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	5,5 p.p.	3,6 p.p.	12,6 p.p.
VoIP	76,1%	74,5%	74,0%	72,2%	72,5%	83,8%	94,3%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,0 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	7,4 p.p.	6,4 p.p.	9,9 p.p.
Partilha e armazenamento de ficheiros	70,7%	68,9%	67,8%	62,1%	61,6%	62,4%	73,5%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	8,1 p.p.	8,4 p.p.	18,9 p.p.
Serviços VoIP utilizados																					
Apenas voz:																					
Skype	8,6%	4,5%	8,4%	8,0%	7,3%	7,2%	24,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,9 p.p.	4,3 p.p.	4,5 p.p.	18,3 p.p.
Skypeout	0,2%	0,1%	0,2%	0,9%		0,2%	15,4%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	1,0 p.p.		0,8 p.p.	15,4 p.p.
Facetime	0,7%		0,7%	1,6%	0,3%	3,3%	7,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,4 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	3,1 p.p.	11,4 p.p.
Viber	10,1%	8,2%	10,1%	10,8%	7,2%	11,1%	7,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	5,5 p.p.	11,4 p.p.
Whatsapp	10,5%	9,0%	12,0%	12,6%	6,2%	9,6%	7,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	11,4 p.p.
Facebook Messenger	24,5%	18,1%	21,6%	24,0%	23,5%	23,0%	7,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,1 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	4,6 p.p.	7,0 p.p.	7,3 p.p.	11,4 p.p.
Hangouts	4,3%	2,8%	5,4%	4,7%	2,7%	8,7%	7,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	4,9 p.p.	11,4 p.p.
Wechat	0,8%	0,1%	0,7%	0,7%	2,2%	1,7%	7,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,9 p.p.	2,4 p.p.	2,2 p.p.	11,4 p.p.
QQ	0,5%	0,3%	0,4%	0,7%		1,7%	7,7%	1686	1083	1929	332		127	21	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.		2,2 p.p.	11,4 p.p.
Line	0,7%		0,8%	1,4%		2,8%	7,7%	1686	1083	1929	332		127	21	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	1,2 p.p.		2,9 p.p.	11,4 p.p.
Tango	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%			7,7%	1686	1083	1929	332		21	0,2 p.p.	0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.				11,4 p.p.
Outros	1,0%	1,1%	1,3%	3,4%		1,6%		1686	1083	1929	332		127	21	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	2,0 p.p.		2,2 p.p.	
Apenas videochamada:																					
Skype	11,3%	11,6%	8,7%	9,4%	13,6%	8,7%	16,2%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,1 p.p.	5,7 p.p.	4,9 p.p.	15,7 p.p.
Skypeout	0,6%	0,5%	0,1%					1686	1083	1929					0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,1 p.p.				
Facetime	2,4%	1,9%	1,6%	0,8%	1,2%	0,6%	1,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	4,3 p.p.
Viber	1,7%	1,3%	1,4%	1,0%		2,5%	1,0%	1686	1083	1929		140	127	21	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.		1,9 p.p.	2,7 p.p.	4,3 p.p.
Whatsapp	1,3%	2,5%	0,6%	1,2%	0,6%	0,6%		1686	1083	1929	332	140	127		0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	
Facebook Messenger	7,5%	5,7%	4,5%	6,4%	12,2%	5,5%	37,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,3 p.p.	1,4 p.p.	0,9 p.p.	2,6 p.p.	5,4 p.p.	3,9 p.p.	20,7 p.p.
Hangouts	2,3%	1,1%	0,9%	2,1%		0,7%		1686	1083	1929	332		127		0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.	1,5 p.p.		1,4 p.p.	
Wechat	1,0%	0,8%	0,2%	0,6%			1,0%	1686	1083	1929	332		21	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.	0,8 p.p.				4,3 p.p.
QQ	0,5%	0,6%	0,1%	0,1%		0,4%		1686	1083	1929	332		127	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,1 p.p.	0,3 p.p.			1,1 p.p.	
Line	0,3%	0,6%	0,1%		0,4%		1,0%	1686	1083	1929		127	21	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,1 p.p.			1,1 p.p.	4,3 p.p.	
Tango	0,4%	0,4%	0,1%					1686	1083	1929				0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,1 p.p.					
Outros			0,1%							1929						0,1 p.p.					
Voz + Videochamada:																					
Skype	33,5%	37,6%	33,9%	30,2%	34,3%	44,7%	39,4%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	7,9 p.p.	8,6 p.p.	20,9 p.p.
Skypeout	0,7%	0,0%	0,3%	0,7%				1686	1083	1929	332				0,4 p.p.	0,1 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
Facetime	5,7%	5,7%	5,9%	3,1%	2,6%	4,9%		1686	1083	1929	332	140	127		1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,9 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	
Viber	5,2%	4,2%	6,2%	4,2%	1,3%	7,0%		1686	1083	1929	332	140	127		1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	
Whatsapp	5,4%	6,1%	6,6%	2,3%	4,7%	9,4%	2,9%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	3,5 p.p.	5,1 p.p.	7,2 p.p.
Facebook Messenger	22,3%	28,2%	23,0%	19,6%	16,8%	29,1%	26,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,3 p.p.	6,2 p.p.	7,9 p.p.	18,8 p.p.
Hangouts	4,6%	3,1%	5,0%	3,7%	0,4%	2,5%	4,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	2,0 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	8,3 p.p.
Wechat	2,0%	2,0%	0,5%	0,7%	2,0%	2,3%		1686	1083	1929	332	140	127		0,7 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	
QQ	1,1%	0,3%	0,3%				1,0%	1686	1083	1929			21	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.					4,3 p.p.
Line	1,4%	0,2%	0,6%			3,1%		1686	1083	1929		127		0,6 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.				3,0 p.p.	
Tango	0,6%	0,1%	0,2%					1686	1083	1929				0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.					
Outros	0,6%	0,3%	0,2%	0,7%				1686	1083	1929	332			0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.				
Serviço VoIP mais utilizado																					
Skype	38,2%	48,0%	39,0%	33,8%	52,0%	35,5%	55,6%	633	424	779	142	57	62	8	3,8 p.p.	4,8 p.p.	3,4 p.p.	7,8 p.p.	13,0 p.p.	11,9 p.p.	34,4 p.p.
Skypeout								633	424	779	142		62		1,4 p.p.	1,2 p.p.	0,8 p.p.	1,2 p.p.		3,9 p.p.	
Facetime	3,4%	1,6%	1,4%	0,6%		2,6%		633	424	779	142	57	62		1,7 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.	7,0 p.p.	
Viber	5,2%	5,6%	4,7%	7,9%	2,6%	8,6%		633	424	779	142	57	62		2,2 p.p.	2,0 p.p.	2,3 p.p.	4,0 p.p.	5,8 p.p.	5,1 p.p.	
Whatsapp	8,5%	4,5%	11,7%	6,5%	5,2%	4,4%		633	424	779	142	57	62	8	3,8 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,2 p.p.	12,5 p.p.	12,4 p.p.	34,2 p.p.
Facebook Messenger	42,1%	37,8%	38,0%	48,0%	36,2%	47,6%	42,3%	633	424	779	142	57	62	8	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	2,8 p.p.	10,1 p.p.
Hangouts	2,1%	1,4%	4,0%	1,5%	3,1%	1,2%	2,2%	633	424	779	142	57	62	8	0,2 p.p.		0,4 p.p.		2,5 p.p.		
Wechat	0,1%		0,3%		0,9%			633		779		57									
QQ		0,2%							424												
Line		0,1%	0,3%						424	779							0,4 p.p.				
Tango	0,1%							633							0,2 p.p.						
Outros	0,4%	0,7%	0,6%	1,8%				633	424	779	142				0,5 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	2,2 p.p.			
Serviços de mensagens instantâneas utilizados																					
Whatsapp	19,2%	18,3%	23,6%	16,3%	10,3%	25,1%	2,9%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	7,5 p.p.	7,2 p.p.
Facebook Messenger	78,4%	76,9%	73,5%	75,7%	75,6%	79,6%	90,4%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,0 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	7,1 p.p.	7,0 p.p.	12,6 p.p.
Skype	40,3%	43,3%	40,9%	34,7%	38,5%	51,8%	53,3%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	8,1 p.p.	8,7 p.p.	21,3 p.p.
Viber	12,5%	8,1%	13,3%	6,6%	11,3%	13,2%		1686	1083	1929	332	140	127		1,6 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	2,7 p.p.	5,2 p.p.	5,9 p.p.	
Hangouts	10,3%	8,9%	12,9%	8,2%	7,4%	5,5%	4,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,9 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	8,3 p.p.
Wechat	1,1%	0																			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																							
Whatsapp	7,6%	6,5%	12,1%	5,8%	10,1%	9,9%			874	524	996	177	79	72			1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	3,4 p.p.	6,6 p.p.	6,9 p.p.	
Facebook Messenger	72,5%	78,8%	66,3%	73,7%	69,0%	73,8%	100,0%		874	524	996	177	79	72	12		3,0 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.	6,5 p.p.	10,2 p.p.	10,2 p.p.	0,0 p.p.
Skype	12,6%	10,7%	13,6%	16,2%	13,9%	10,5%			874	524	996	177	79	72			2,2 p.p.	2,6 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	7,6 p.p.	7,1 p.p.	
Viber	2,9%	1,7%	2,8%	1,7%	6,4%	5,4%			874	524	996	177	79	72			1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	5,4 p.p.	5,2 p.p.	
Hangouts	4,1%	2,0%	4,9%	2,7%	0,6%	0,3%			874	524	996	177	79	72			1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	
Wechat																							
Line																							
QQ			0,1%								996								0,2 p.p.				
Tango																							
Outros	0,3%	0,3%	0,1%						874	524	996						0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.				
Serviços de audiovisual utilizados																							
Youtube	88,8%	89,8%	85,4%	86,7%	83,7%	85,4%	95,9%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,7 p.p.	6,1 p.p.	6,1 p.p.	8,5 p.p.
Spotify	20,3%	21,4%	20,1%	17,5%	24,2%	7,6%	25,3%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,9 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	4,1 p.p.	7,1 p.p.	4,6 p.p.	18,6 p.p.
Vine	3,2%	2,8%	4,3%	2,9%	4,5%	3,0%	10,6%		1686	1083	1929	332	140	127	21		0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,8 p.p.	3,4 p.p.	3,0 p.p.	13,2 p.p.
Vimeo	12,7%	14,1%	12,8%	9,9%	10,3%	11,4%	13,6%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.	3,2 p.p.	5,0 p.p.	5,5 p.p.	14,6 p.p.
Apple Music	5,0%	5,8%	5,1%	2,7%	6,9%	6,1%	7,7%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,0 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,7 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	11,4 p.p.
MEO Musica	9,3%	9,3%	10,2%	15,8%	14,4%	11,6%	26,3%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	5,8 p.p.	5,6 p.p.	18,8 p.p.
RTP Play	11,9%	10,6%	13,0%	10,7%	6,3%	23,0%	41,0%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	3,3 p.p.	4,0 p.p.	7,3 p.p.	21,0 p.p.
MEO Go	10,6%	12,4%	10,5%	16,3%	7,2%	10,1%	32,8%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	4,3 p.p.	5,2 p.p.	20,1 p.p.
TVI Player	12,3%	9,4%	11,8%	13,1%	10,3%	22,7%			1686	1083	1929	332	140	127	21		1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	5,0 p.p.	7,0 p.p.	17,9 p.p.
SoundCloud	7,0%	7,7%	6,5%	4,1%	5,9%	3,5%	14,6%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,1 p.p.	2,1 p.p.	3,9 p.p.	3,2 p.p.	15,1 p.p.
Metacafe	1,6%	1,1%	1,0%	0,3%	0,1%	2,9%			1686	1083	1929	332	140	21		0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.		7,2 p.p.	
Tidal	0,2%		0,3%						1686		1929						0,2 p.p.						
Rhapsody	0,3%	0,9%	0,3%		2,0%				1686	1083	1929		140				0,3 p.p.	0,6 p.p.	0,2 p.p.		2,3 p.p.		
Outro	2,1%	2,5%	2,2%	3,0%		1,3%	2,6%		1686	1083	1929	332	140	127	21		0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	6,8 p.p.
Nenhum	8,5%	7,7%	11,2%	11,0%	12,0%	7,9%	4,1%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.	3,4 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.	8,5 p.p.
Serviço de audiovisual mais utilizado																							
Youtube	89,7%	87,5%	87,0%	85,7%	83,1%	86,0%	100,0%		888	588	1036	179	73	70	11		2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.	8,6 p.p.	8,1 p.p.	0,0 p.p.
Spotify	4,3%	5,9%	3,7%	3,4%	11,8%				888	588	1036	179	73				1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	7,4 p.p.		
Vine	0,2%		0,2%						888		1036						0,3 p.p.						
Vimeo	0,3%	0,2%	0,1%	0,1%		0,8%			888	588	1036	179		70			0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.		2,1 p.p.	
Apple Music	0,1%	0,3%	0,7%	1,2%	2,5%	0,4%			888	588	1036	179	73	70			0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	1,4 p.p.	
MEO Musica	0,7%	1,9%	2,3%	0,8%		0,8%			888	588	1036	179		70			0,5 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.		2,1 p.p.	
RTP Play	1,4%	0,5%	1,5%			1,5%			888	588	1036			70			0,8 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.			2,8 p.p.	
MEO Go	1,3%	2,8%	3,3%	7,8%	1,6%	4,7%			888	588	1036	179	73	70			0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	5,0 p.p.	
TVI Player	1,1%	0,4%	0,5%	1,0%		5,8%			888	588	1036	179		70			0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	1,5 p.p.		5,5 p.p.	
SoundCloud	0,1%	0,1%	0,0%						888	588	1036						0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,1 p.p.				
Metacafe		0,2%								588							0,4 p.p.						
Tidal																							
Rhapsody			0,0%								1036								0,1 p.p.				
Outro	0,7%	0,3%	0,7%		0,9%				888	588	1036		73				0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.		2,2 p.p.		
Redes sociais utilizadas																							
Facebook	93,2%	91,5%	89,9%	88,6%	87,5%	97,4%	100,0%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.	5,5 p.p.	2,8 p.p.	0,0 p.p.
Instagram	30,4%	31,9%	30,0%	24,2%	29,8%	23,9%	33,3%		1686	1083	1929	332	140	127	21		2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	7,6 p.p.	7,4 p.p.	20,2 p.p.
LinkedIn	22,5%	18,7%	24,3%	14,8%	14,0%	14,0%	19,0%		1686	1083	1929	332	140	127	21		2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	3,8 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.	16,8 p.p.
Google Plus	18,6%	17,9%	17,5%	18,0%	26,2%	23,8%	11,9%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	7,3 p.p.	7,4 p.p.	13,8 p.p.
Twitter	16,5%	18,4%	15,8%	12,7%	19,2%	25,9%	5,6%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	6,5 p.p.	7,6 p.p.	9,8 p.p.
Pinterest	10,8%	13,7%	11,6%	4,6%	12,7%	5,4%	7,7%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	3,9 p.p.	11,4 p.p.
Myspace	3,3%	2,7%	1,7%	1,3%	5,9%		12,0%		1686	1083	1929	332	140	21			0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.		13,9 p.p.
Flickr	2,3%	1,9%	1,5%	1,6%		3,4%			1686	1083	1929	332	140	127			0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	
Tumblr	7,1%	8,2%	7,4%	2,8%	10,7%	4,1%	1,6%		1686	1083	1929	332	140	127	21		1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	3,5 p.p.	5,4 p.p.
Outro	0,9%	0,5%	0,9%	1,6%					1686	1083	1929	332	140				0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,3 p.p.			
Nenhum	4,5%	6,5%	7,4%	8,3%	7,2%	2,2%			1686	1083	1929	332	140	127			1,0 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,0 p.p.	4,3 p.p.	2,6 p.p.	
Rede social mais utilizada																							
Facebook	92,4%	94,2%	90,8%	95,8%	88,8%	93,0%	95,1%		915	594	974	164	67	58	8		1,7 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	3,1 p.p.	7,5 p.p.	6,6 p.p.	14,9 p.p.
Instagram	2,4%	2,4%	2,9%	1,8%		3,6%			915	594	974	164	67	58			1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.		4,8 p.p.	
LinkedIn	0,8%	1,0%	1,1%	0,8%	0,5%		4,9%		915	594	974	164	67		8		0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.		14,9 p.p.
Google Plus	1,3%	0,8%	1,8%	0,8%	8,1%	2,7%			915	594	974	164	67	58			0,7 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	6,5 p.p.		4,1 p.p.
Twitter	1,4%	0,1%	1,8%	0,4%					915	594	974	164					0,8 p.p.	0,2 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.			
Pinterest	0,6%	1,0%	0,1%	0,3%		0,7%			915	594	974	164		58			0,5 p.p.	0,8 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.		2,2 p.p.	
Myspace																							
Flickr	0,0%								915								0,1 p.p.						
Tumblr	0,8%	0,5%	1,3%		2,7%				915	594													

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Dropbox	40,4%	43,7%	39,1%	31,8%	31,8%	37,8%	57,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,0 p.p.	7,7 p.p.	8,4 p.p.	21,1 p.p.
Google Drive	39,3%	36,0%	40,6%	34,1%	29,7%	49,1%	56,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	7,6 p.p.	8,7 p.p.	21,2 p.p.
OneDrive	19,8%	21,2%	15,8%	19,7%	11,6%	14,0%	31,6%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,9 p.p.	2,4 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	5,3 p.p.	6,0 p.p.	19,9 p.p.
iCloud	11,8%	11,2%	10,1%	6,4%	12,8%	11,9%	11,6%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	2,6 p.p.	5,5 p.p.	5,6 p.p.	13,7 p.p.
MEO Cloud	9,6%	11,4%	9,1%	15,5%	8,4%	13,8%	37,2%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,4 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	4,6 p.p.	6,0 p.p.	20,7 p.p.
Google Hangouts	3,9%	3,2%	5,3%	4,7%	2,7%	3,2%	9,3%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	12,4 p.p.
Office 365	9,4%	7,4%	7,4%	10,9%	7,7%	7,6%	10,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,6 p.p.	12,9 p.p.
Team Viewer	9,4%	8,0%	6,4%	6,8%	9,4%	7,5%	1,6%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	4,8 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.
Salesforce	0,4%	0,2%	0,3%					1686	1083	1929					0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.				
Outro	2,0%	0,6%	2,0%	0,6%		0,2%		1686	1083	1929	332		127		0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.		0,8 p.p.	
Nenhum	30,3%	31,2%	32,7%	38,1%	38,4%	37,6%	26,5%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	8,1 p.p.	8,4 p.p.	18,9 p.p.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	37,7%	45,3%	37,2%	37,7%	35,8%	35,7%	59,5%	690	431	799	122	55	51	10	3,6 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	12,7 p.p.	13,1 p.p.	30,4 p.p.
Google Drive	28,9%	26,5%	31,4%	20,3%	11,7%	31,0%	1,9%	690	431	799	122	55	51	10	3,4 p.p.	4,2 p.p.	3,2 p.p.	7,1 p.p.	8,5 p.p.	12,7 p.p.	8,4 p.p.
OneDrive	14,0%	13,3%	12,1%	13,5%	13,5%	15,5%	9,7%	690	431	799	122	55	51	10	2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	9,0 p.p.	9,9 p.p.	18,4 p.p.
iCloud	4,8%	4,1%	4,0%	0,7%	15,4%	0,6%		690	431	799	122	55	51		1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	9,5 p.p.	2,1 p.p.	
MEO Cloud	6,6%	5,1%	6,1%	14,7%	19,1%	9,5%	22,7%	690	431	799	122	55	51	10	1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.	6,3 p.p.	10,4 p.p.	8,0 p.p.	26,0 p.p.
Google Hangouts	1,5%	0,4%	2,4%	2,1%		0,5%		690	431	799	122	55	51		0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.		1,9 p.p.	
Office 365	3,4%	2,2%	3,4%	8,5%	1,2%	1,6%	6,1%	690	431	799	122	55	51	10	1,3 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	5,0 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	14,8 p.p.
Team Viewer	2,0%	2,2%	2,0%	2,0%	3,2%	4,9%		690	431	799	122	55	51		1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.	4,6 p.p.	5,9 p.p.	
Salesforce																					
Outro	1,0%	0,8%	1,4%	0,4%		0,6%		690	431	799	122		51		0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.		2,1 p.p.	

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	96,5%	94,3%	96,2%	94,3%	96,4%	95,5%	100,0%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,9 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	3,1 p.p.	3,6 p.p.	0,0 p.p.
Yahoo	10,5%	8,6%	9,7%	10,5%	6,5%	7,2%	10,8%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	4,1 p.p.	4,5 p.p.	13,3 p.p.
Bing	11,5%	11,8%	10,7%	10,8%	10,9%	14,5%	13,9%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	3,3 p.p.	5,2 p.p.	6,1 p.p.	14,8 p.p.
Ask	6,0%	3,5%	4,6%	4,2%	7,2%	6,7%	7,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,1 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	4,3 p.p.	4,4 p.p.	11,4 p.p.
Amazon	12,1%	11,0%	14,0%	9,3%	13,9%	8,4%	16,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,7 p.p.	4,8 p.p.	15,7 p.p.
Ebay	27,1%	24,9%	23,0%	17,7%	17,9%	28,1%	24,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,1 p.p.	2,6 p.p.	1,9 p.p.	4,1 p.p.	6,4 p.p.	7,8 p.p.	18,3 p.p.
Groupon	11,7%	6,5%	10,5%	3,7%	5,7%	10,8%	19,2%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	3,8 p.p.	1,4 p.p.	13,7 p.p.
OLX	47,6%	43,3%	46,7%	40,8%	40,5%	30,7%	42,3%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,1 p.p.	8,0 p.p.	21,1 p.p.
Wikipedia	31,5%	34,6%	38,4%	29,5%	38,2%	24,3%	45,2%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	4,9 p.p.	8,0 p.p.	7,5 p.p.	21,3 p.p.
Sapo	29,9%	29,0%	33,0%	36,1%	33,3%	25,6%	32,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	7,7 p.p.	7,6 p.p.	20,0 p.p.
Outro	1,2%	1,4%	1,4%	1,6%	0,3%	2,7%	2,6%	1686	1083	1929	332	140	127	21	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,4 p.p.	0,9 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.
Nenhum	1,3%	1,9%	1,9%	4,8%	3,2%	4,1%		1686	1083	1929	332	140	127	21	0,5 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	2,3 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	

Motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Google	89,4%	89,9%	91,9%	92,9%	92,3%	89,6%	74,3%	932	596	1021	161	70	59	13	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	6,3 p.p.	7,8 p.p.	23,8 p.p.
Yahoo	0,7%	0,0%	0,2%	0,3%				932	596	1021	161				0,5 p.p.	0,1 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
Bing	0,4%	0,4%	0,3%		4,3%			932	596	1021			59		0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.			5,2 p.p.	
Ask	0,0%		0,1%					932		1021					0,1 p.p.		0,2 p.p.				
Amazon	0,4%	0,6%	0,2%					932	596	1021					0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,3 p.p.				
Ebay	2,9%	2,3%	2,4%	1,8%		5,4%		932	596	1021	161		59		1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,0 p.p.		5,7 p.p.	
Groupon	1,0%		0,2%				5,2%	932		1021				13	0,6 p.p.		0,3 p.p.				12,1 p.p.
OLX	3,2%	5,2%	3,8%	1,8%	5,2%			932	596	1021	161	70			1,1 p.p.	1,8 p.p.	1,2 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.		
Wikipedia	0,5%	0,5%	0,2%	1,1%		0,8%		932	596	1021	161		59		0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.	1,6 p.p.		2,2 p.p.	
Sapo	1,3%	0,9%	0,6%	1,8%	2,5%		20,5%	932	596	1021	161	70		13	0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	2,1 p.p.	3,7 p.p.		22,0 p.p.
Outro	0,2%	0,1%	0,2%	0,3%				932	596	1021	161				0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			

No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet

Sim	45,4%	47,6%	47,2%	46,1%	44,2%	37,2%	51,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,2 p.p.	8,4 p.p.	21,4 p.p.
Não	50,5%	50,2%	49,9%	50,4%	52,8%	62,4%	48,9%	1686	1083	1929	332	140	127	21	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,3 p.p.	8,4 p.p.	21,4 p.p.
NS/NR	4,1%	2,2%	2,9%	3,5%	2,9%	0,5%		1686	1083	1929	332	140	127	21	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	1,2 p.p.	

Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP

Preço	27,4%	27,9%	33,2%	29,0%	42,4%	26,9%	61,5%	633	424	779	142	57	62	8	3,5 p.p.	4,3 p.p.	3,3 p.p.	7,5 p.p.	12,8 p.p.	11,0 p.p.	33,7 p.p.
Qualidade do serviço	33,7%	31,4%	27,9%	34,8%	41,8%	33,3%	54,3%	633	424	779	142	57	62	8	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,1 p.p.	7,8 p.p.	12,8 p.p.	11,7 p.p.	34,5 p.p.
Funcionalidades do serviço	50,3%	51,5%	48,4%	41,6%	52,1%	56,9%	58,0%	633	424	779	142	57	62	8	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,1 p.p.	13,0 p.p.	12,3 p.p.	34,2 p.p.
Realização de chamadas em grupo	17,3%	18,2%	16,4%	12,5%	18,4%	17,6%	50,9%	633	424	779	142	57	62	8	2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,6 p.p.	5,4 p.p.	10,1 p.p.	9,5 p.p.	34,6 p.p.
Realização de videochamadas	34,2%	45,4%	36,1%	30,6%	44,9%	49,0%	48,7%	633	424	779	142	57	62	8	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	7,6 p.p.	12,9 p.p.	12,4 p.p.	34,6 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas necess	56,8%	57,8%	61,0%	58,1%	68,2%	74,9%	63,5%	633	424	779	142	57	62	8	3,9 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,1 p.p.	12,1 p.p.	10,8 p.p.	33,4 p.p.
Conselho de amigos	21,1%	17,3%	17,4%	24,6%	25,8%	21,3%	3,4%	633	424	779	142	57	62	8	3,2 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	7,1 p.p.	11,4 p.p.	10,2 p.p.	12,6 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	37,1%	37,5%	38,6%	38,8%	49,4%	43,0%															

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas																					
Preço	30,8%	32,0%	29,8%	36,0%	37,2%	23,4%	36,5%	874	524	996	177	79	72	12	3,1 p.p.	4,0 p.p.	2,8 p.p.	7,1 p.p.	10,7 p.p.	9,8 p.p.	27,2 p.p.
Qualidade do serviço	35,1%	34,3%	29,8%	38,4%	29,3%	39,1%	56,9%	874	524	996	177	79	72	12	3,2 p.p.	4,1 p.p.	2,8 p.p.	7,2 p.p.	10,0 p.p.	11,3 p.p.	28,0 p.p.
Funcionalidades do serviço	51,5%	57,0%	52,6%	54,9%	50,0%	53,1%	72,0%	874	524	996	177	79	72	12	3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	10,0 p.p.	11,5 p.p.	25,4 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	27,3%	30,7%	26,8%	20,9%	37,3%	39,8%	23,9%	874	524	996	177	79	72	12	3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	6,0 p.p.	10,7 p.p.	11,3 p.p.	24,1 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	25,4%	25,2%	24,9%	15,4%	29,6%	29,1%	25,6%	874	524	996	177	79	72	12	2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	5,3 p.p.	10,1 p.p.	10,5 p.p.	24,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	28,2%	36,3%	27,4%	28,4%	25,5%	22,8%	23,9%	874	524	996	177	79	72	12	3,0 p.p.	4,1 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	9,6 p.p.	9,7 p.p.	24,1 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas nect	56,6%	62,4%	60,9%	53,5%	52,7%	57,8%	52,1%	874	524	996	177	79	72	12	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,4 p.p.	28,3 p.p.
Conselho de amigos	14,0%	15,7%	15,0%	13,9%	15,2%	10,3%	5,2%	874	524	996	177	79	72	12	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	7,9 p.p.	7,0 p.p.	12,5 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	44,8%	54,3%	48,9%	41,4%	45,7%	45,9%	56,8%	874	524	996	177	79	72	12	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	28,0 p.p.
Outros	1,2%	1,3%	1,5%	0,4%	1,5%	3,5%		874	524	996	177	79	72	12	0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	4,2 p.p.	
NS/NR	2,4%	2,3%	2,6%	1,0%	1,0%	0,3%		874	524	996	177	79	72	12	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.	2,1 p.p.	1,3 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual																					
Preço	25,2%	24,9%	22,5%	27,5%	23,2%	20,7%	58,8%	888	588	1036	179	73	70	11	2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	6,5 p.p.	9,7 p.p.	9,5 p.p.	29,1 p.p.
Qualidade do serviço	44,8%	47,4%	44,9%	51,8%	47,1%	45,9%	61,2%	888	588	1036	179	73	70	11	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,4 p.p.	11,7 p.p.	28,8 p.p.
Funcionalidades do serviço	70,5%	70,7%	66,9%	62,6%	76,3%	69,8%	63,7%	888	588	1036	179	73	70	11	3,0 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	9,8 p.p.	10,8 p.p.	28,4 p.p.
Conselho de amigos	18,0%	16,9%	15,3%	16,6%	18,1%	12,2%		888	588	1036	179	73	70	11	2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,8 p.p.	7,7 p.p.	
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	1,7%	1,6%	1,6%	0,5%	2,2%	3,9%		888	588	1036	179	73	70	11	0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	
Outros	0,8%	2,4%	0,8%	1,6%	1,6%	0,5%		888	588	1036	179	73	70	11	0,6 p.p.	1,2 p.p.	0,5 p.p.	2,9 p.p.			
NS/NR	5,1%	4,6%	8,4%	5,9%	2,3%	2,4%		888	588	1036	179	73	70	11	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	3,6 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de redes sociais																					
Qualidade do serviço	31,4%	25,4%	25,8%	28,7%	21,5%	26,2%	37,8%	915	594	974	164	67	58	8	3,0 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	9,8 p.p.	11,3 p.p.	33,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	59,4%	53,2%	56,1%	54,8%	32,6%	56,1%	53,1%	915	594	974	164	67	58	8	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	12,8 p.p.	34,6 p.p.
Conselho de amigos	29,2%	25,9%	25,2%	26,1%	37,9%	25,1%	5,5%	915	594	974	164	67	58	8	2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	6,7 p.p.	11,6 p.p.	11,2 p.p.	15,9 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	67,4%	74,6%	65,8%	63,3%	64,3%	80,5%	95,1%	915	594	974	164	67	58	8	3,0 p.p.	3,5 p.p.	3,0 p.p.	7,4 p.p.	11,5 p.p.	10,2 p.p.	14,9 p.p.
Outros	1,1%	0,9%	2,8%	0,6%	1,9%	1,5%		915	594	974	164	67	58	8	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	3,2 p.p.		
NS/NR	2,8%	2,9%	3,1%	2,2%	1,5%	0,6%		915	594	974	164	67	58	8	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	2,9 p.p.	2,0 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros																					
Preço	29,4%	30,0%	27,8%	26,7%	29,2%	24,5%	20,3%	690	431	799	122	55	51	10	3,4 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,8 p.p.	12,0 p.p.	11,8 p.p.	24,9 p.p.
Segurança da informação	35,9%	32,6%	30,0%	42,9%	40,2%	46,3%	32,2%	690	431	799	122	55	51	10	3,6 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	8,8 p.p.	13,0 p.p.	13,7 p.p.	29,0 p.p.
Qualidade do serviço	52,9%	53,4%	45,1%	47,6%	28,3%	47,9%	72,8%	690	431	799	122	55	51	10	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,9 p.p.	11,9 p.p.	13,7 p.p.	27,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	62,6%	60,7%	52,3%	50,4%	44,6%	75,6%	65,6%	690	431	799	122	55	51	10	3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	13,1 p.p.	11,8 p.p.	29,4 p.p.
Partilha de ficheiros entre grupos de util	38,5%	46,7%	43,2%	36,8%	27,2%	36,7%	41,7%	690	431	799	122	55	51	10	3,6 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	11,8 p.p.	13,2 p.p.	30,6 p.p.
Utilização do serviço em qualquer dispo	41,3%	45,0%	45,6%	50,5%	12,0%	37,6%	74,6%	690	431	799	122	55	51	10	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	8,6 p.p.	13,3 p.p.	27,0 p.p.
Elevada capacidade de armazenamento	39,6%	40,7%	44,1%	37,7%	35,0%	41,0%	53,2%	690	431	799	122	55	51	10	3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	12,6 p.p.	13,5 p.p.	30,9 p.p.
Ausência de limitação de tamanho do fi	12,8%	10,0%	12,8%	14,0%	14,5%	2,2%	24,7%	690	431	799	122	55	51	10	2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	9,3 p.p.	4,0 p.p.	26,7 p.p.
Conselho de amigos	14,7%	16,6%	15,4%	10,4%	14,3%	13,0%	5,1%	690	431	799	122	55	51	10	2,6 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	5,4 p.p.	9,3 p.p.	9,2 p.p.	13,6 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	9,4%	8,7%	9,6%	5,8%	3,7%	6,6%		690	431	799	122	55	51	10	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.	4,1 p.p.	5,0 p.p.	6,8 p.p.	
Outros	1,3%	0,1%	0,8%					690	431	799	122	55	51	10	0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.				
NS/NR	1,1%	1,1%	2,9%	4,3%	8,8%	0,8%		690	431	799	122	55	51	10	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	3,6 p.p.	7,5 p.p.	2,5 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico																					
Qualidade do serviço	64,8%	66,1%	63,1%	66,5%	43,5%	65,4%	43,6%	932	596	1021	161	70	59	13	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,6 p.p.	12,1 p.p.	27,0 p.p.
Funcionalidades do serviço	67,5%	63,5%	63,9%	62,8%	48,4%	65,3%	22,3%	932	596	1021	161	70	59	13	3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,7 p.p.	12,1 p.p.	22,6 p.p.
Conselho de amigos	14,2%	10,5%	8,3%	9,2%	3,6%	6,4%		932	596	1021	161	70	59	13	2,2 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.	4,5 p.p.	4,4 p.p.	6,2 p.p.	
Ausência de limites para o tipo de inforr	32,6%	30,6%	32,0%	27,0%	24,5%	28,9%	35,6%	932	596	1021	161	70	59	13	3,0 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	10,1 p.p.	11,6 p.p.	26,0 p.p.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	62,4%	59,1%	64,0%	62,2%	44,4%	53,4%	67,4%	932	596	1021	161	70	59	13	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,6 p.p.	12,7 p.p.	25,5 p.p.
Diversas fontes de informação	47,2%	43,1%	47,4%	50,0%	48,7%	37,0%	14,8%	932	596	1021	161	70	59	13	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	11,7 p.p.	12,3 p.p.	19,3 p.p.
Compras mais eficientes	3,3%	3,4%	3,4%	2,0%		3,9%	5,2%	932	596	1021	161	70	59	13	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	4,1 p.p.	4,9 p.p.	12,1 p.p.
Maior leque de escolha/ oferta	3,6%	3,9%	3,0%	1,8%	1,9%	1,5%		932	596	1021	161	70	59	13	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	
Preços reduzidos	4,7%	2,6%	3,3%	3,0%	2,4%	4,6%	5,2%	932	596	1021	161	70	59	13	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	5,3 p.p.	12,1 p.p.
Serviços personalizados	0,8%		0,8%		2,4%			932	596	1021	161	70	59	13	0,6 p.p.		0,5 p.p.		3,6 p.p.		
Comodidade do processo de compra	2,1%	2,4%	3,0%	0,6%		3,9%		932	596	1021	161	70	59	13	0,9 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.		4,9 p.p.	
Eliminação de distâncias física	1,1%	1,1%	1,9%	1,8%		0,8%	5,2%	932	596	1021	161	70	59	13	0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.		2,2 p.p.	12,1 p.p.
Acesso 24 horas por dia	2,0%	1,9%	1,9%			1,9%	5,2%	932	596	1021	161	70	59	13	0,9 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.			12,1 p.p.
Outros	0,6%	0,9%	1,6%	0,3%	2,6%			932	596	1021	161	70	59	13	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	3,7 p.p.		
NS/NR	0,8%	1,9%	1,9%	0,6%	0,9%	0,7%		932	596	1021	161	70	59	13	0,6 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	
Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal																					
ChatOn	10,6%	9,0%	11,3%	13,3%	16,2%	10,8%	13,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	6,1 p.p.	5,4 p.p.	14,4 p.p.
Wasabee	5,9%	4,5%	4,7%	5,9%	4,7%	2,5%	8,7%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	12,1 p.p.
Amazon Instant Video	11,0%	12,2%	12,9%	11,9%	15,1%	15,6%	14,1%	1686	1083	1929	332	140	127	21	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	3,5 p.p.	5,9 p.p.	6,3 p.p.	14,9 p.p.
BBC iplayer	8,4%	7,5%	8,0%	7,9%	12,0%	9,9%	25,2%	1686	1083												

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	
ChatOn	32,5%	37,0%	31,4%	52,9%	42,4%	50,8%	8,0%	172	98	202	44	17	18	2	7,0 p.p.	9,6 p.p.	6,4 p.p.	14,7 p.p.	23,5 p.p.	23,1 p.p.	37,5 p.p.	
Wasabee	27,4%	42,0%	30,7%	34,6%			88,1%	88	43	94	15			2	9,3 p.p.	14,7 p.p.	9,3 p.p.	24,1 p.p.			44,8 p.p.	
Amazon Instant Video	48,4%	44,0%	40,6%	58,1%	50,9%	48,7%		193	115	244	43	15	21		7,0 p.p.	9,1 p.p.	6,2 p.p.	14,7 p.p.	25,3 p.p.	21,4 p.p.		
BBC iplayer	49,6%	41,3%	49,3%	43,1%	40,5%	51,1%	100,0%	146	84	158	30	14	10	5	8,1 p.p.	10,5 p.p.	7,8 p.p.	17,7 p.p.	25,7 p.p.	31,0 p.p.	0,0 p.p.	
HBO Go	48,1%	52,5%	54,1%	54,5%	45,5%	59,6%	100,0%	172	111	231	31	12	13	3	7,5 p.p.	9,3 p.p.	6,4 p.p.	17,5 p.p.	28,2 p.p.	26,7 p.p.	0,0 p.p.	
Hulu	36,8%	31,2%	45,1%	47,7%	46,4%	13,9%	100,0%	104	76	151	13	7	10	1	9,3 p.p.	10,4 p.p.	7,9 p.p.	27,1 p.p.	36,9 p.p.	21,4 p.p.	0,0 p.p.	
Netflix	74,6%	76,6%	74,1%	73,2%	70,0%	72,8%	59,1%	718	450	925	110	51	39	10	3,2 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	8,3 p.p.	12,6 p.p.	14,0 p.p.	30,5 p.p.	
Sky Go	46,0%	36,4%	34,8%	65,1%	41,2%	73,4%	100,0%	163	95	151	36	13	18	3	7,6 p.p.	9,7 p.p.	7,6 p.p.	15,6 p.p.	26,8 p.p.	20,4 p.p.	0,0 p.p.	
Wuaki TV	26,8%	32,5%	13,6%	33,2%		72,7%		29	13	15	4		4		16,1 p.p.	25,5 p.p.	17,4 p.p.	46,1 p.p.		43,7 p.p.		
Pandora	32,0%	41,5%	32,3%	34,2%	47,6%	15,7%	71,5%	267	136	230	39	15	17	5	5,6 p.p.	8,3 p.p.	6,0 p.p.	14,9 p.p.	25,3 p.p.	17,3 p.p.	39,6 p.p.	
Vevo	47,9%	41,3%	43,1%	51,3%	26,4%	47,3%	39,2%	542	327	642	92	41	37	6	4,2 p.p.	5,3 p.p.	3,8 p.p.	10,2 p.p.	13,5 p.p.	16,1 p.p.	39,1 p.p.	
Uber	41,2%	39,7%	44,7%	44,5%	39,4%	48,4%	46,2%	642	375	851	110	36	39	7	3,8 p.p.	5,0 p.p.	3,3 p.p.	9,3 p.p.	16,0 p.p.	15,7 p.p.	36,9 p.p.	
Nenhum		26,2%	37,1%	100,0%					2	2	1											
Outro	16,7%	20,4%	21,2%	17,1%	22,3%	20,2%	4,1%	1114	689	1336	206	83	76	15	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	9,0 p.p.	9,0 p.p.	10,0 p.p.	

Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP

Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	29,9%	35,2%	27,7%	26,7%	40,2%	29,9%	36,4%	633	424	779	142	57	62	8	3,6 p.p.	4,5 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	12,7 p.p.	11,4 p.p.	33,3 p.p.
Entre 1 a 15 min.	27,9%	28,9%	29,0%	33,9%	23,8%	26,5%		633	424	779	142	57	62		3,5 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,8 p.p.	11,1 p.p.	11,0 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	16,4%	14,7%	16,7%	10,3%	10,5%	24,1%	32,6%	633	424	779	142	57	62	8	2,9 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	5,0 p.p.	7,9 p.p.	10,7 p.p.	32,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,8%	9,9%	10,3%	13,0%	13,3%	1,2%	2,2%	633	424	779	142	57	62	8	2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,1 p.p.	5,5 p.p.	8,8 p.p.	2,8 p.p.	10,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	8,2%	7,4%	8,5%	8,5%	11,4%	8,3%	28,8%	633	424	779	142	57	62	8	2,1 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	8,2 p.p.	6,9 p.p.	31,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	4,9%	3,2%	5,9%	5,8%	0,9%	9,2%		633	424	779	142	57	62		1,7 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	2,5 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,9%	0,7%	2,0%	1,8%		0,8%		633	424	779	142		62		0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	2,2 p.p.		2,2 p.p.	
Média min.	33,6	27,2	40,8	40,0	22,4	38,7	34,3	633	424	779	142	57	62	8	5,8	6,7	7,3	20,0	10,3	20,5	38,7

Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	15,7%	14,3%	16,6%	19,2%	12,5%	9,8%		633	424	779	142	57	62		2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	8,6 p.p.	7,4 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	33,4%	31,4%	28,3%	21,4%	33,8%	38,6%		633	424	779	142	57	62	8	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	6,7 p.p.	12,0 p.p.	11,8 p.p.	33,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	16,5%	18,5%	21,3%	22,3%	17,1%	27,2%		633	424	779	142	57	62		2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	9,8 p.p.	11,1 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	14,7%	20,5%	13,5%	16,7%	11,5%	13,5%	32,6%	633	424	779	142	57	62	8	2,8 p.p.	3,8 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	8,3 p.p.	8,5 p.p.	32,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	14,1%	11,5%	12,9%	11,9%	23,5%	6,6%	28,8%	633	424	779	142	57	62	8	2,7 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,3 p.p.	11,0 p.p.	6,2 p.p.	31,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	4,8%	3,4%	6,0%	8,4%	3,7%	9,1%		633	424	779	142	57	62		1,7 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,6 p.p.	4,9 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,7%	0,5%	1,4%	0,9%		0,9%		633	424	779	142	57			0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.		2,5 p.p.		
Média min.	39,6	35,7	44,3	42,6	45,3	40,0	43,7	633	424	779	142	57	62	8	5,9	5,5	6,5	12,3	16,1	17,5	33,6

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	26,3%	21,8%	25,0%	19,6%	24,0%	11,9%	13,1%	633	424	779	142	57	62	8	3,4 p.p.	3,9 p.p.	3,0 p.p.	6,5 p.p.	11,1 p.p.	8,1 p.p.	23,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	21,7%	29,9%	26,9%	31,7%	28,7%	40,1%	23,3%	633	424	779	142	57	62	8	3,2 p.p.	4,4 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	11,7 p.p.	12,2 p.p.	29,3 p.p.
Entre 15 a 30 min.	16,5%	13,8%	14,5%	8,2%	12,3%	15,2%		633	424	779	142	57	62		2,9 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	4,5 p.p.	8,5 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	14,2%	16,6%	12,9%	13,0%	16,3%	11,7%	32,6%	633	424	779	142	57	62	8	2,7 p.p.	3,5 p.p.	2,4 p.p.	5,5 p.p.	9,6 p.p.	8,0 p.p.	32,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	14,4%	12,1%	12,1%	19,0%	4,1%	9,3%	31,0%	633	424	779	142	57	62	8	2,7 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	6,4 p.p.	5,1 p.p.	7,2 p.p.	32,0 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,4%	5,4%	5,8%	4,6%	14,6%	8,5%		633	424	779	142	57	62		1,8 p.p.	2,2 p.p.	1,6 p.p.	3,4 p.p.	9,2 p.p.	6,9 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,6%	0,4%	2,8%	3,9%	3,3%			633	424	779	142	57	62		1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	3,2 p.p.		4,5 p.p.	
Média min.	44,0	37,0	48,4	57,0	46,8	55,2	44,4	633	424	779	142	57	62	8	7,3	6,4	8,0	23,5	23,1	30,0	33,8

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	21,6%	18,1%	18,2%	15,9%	17,0%	15,1%		633	424	779	142	57	62		3,2 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	6,0 p.p.	9,7 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	24,5%	29,1%	26,1%	24,6%	36,0%	21,8%	31,0%	633	424	779	142	57	62	8	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	12,5 p.p.	10,3 p.p.	32,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	17,5%	13,6%	17,3%	17,3%	10,4%	23,6%	7,6%	633	424	779	142	57	62	8	3,0 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.	6,2 p.p.	7,9 p.p.	10,6 p.p.	18,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,4%	17,5%	13,8%	14,8%	14,4%	14,5%	25,4%	633	424	779	142	57	62	8	2,8 p.p.	3,6 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	9,1 p.p.	8,8 p.p.	30,2 p.p.
Entre 1 a 2 horas	13,4%	15,2%	13,5%	12,0%	15,5%	1,7%	36,0%	633	424	779	142	57	62	8	2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,4 p.p.	9,4 p.p.	3,2 p.p.	33,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,8%	6,2%	9,1%	13,1%	6,7%	20,0%		633	424	779	142	57	62		2,0 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	6,5 p.p.	9,9 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,9%	0,2%	2,0%	2,3%	3,2%			633	424	779	142		62		0,7 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.		4,4 p.p.	
Média min.	43,7	41,1	53,7	62,6	39,7	73,5	48,0	633	424	779	142	57	62	8	6,6	6,4	7,5	22,1	14,8	33,8	33,2

Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	10,9%	10,1%	11,7%	11,6%	23,1%	9,8%	5,4%	874	524	996	177	79	72	12	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	9,3 p.p.	6,9 p.p.	12,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	31,5%	29,4%	31,7%	35,5%	34,4%	29,2%	7,1%	874	524	996	177	79	72	12	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,5 p.p.	10,5 p.p.	14,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	20,3%	18,6%	20,9%	16,8%	20,7%	14,0%	38,2%	874	524	996	177	79	72	12	2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	5,5 p.p.	8,9 p.p.	8,0 p.p.	27,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	14,7%	20,7%	11,9%	18,3%	8,1%	12,8%		874	524	996	177	79	72		2,3 p.p.	3,5 p.p.	2,0 p.p.	5,7 p.p.	6,0 p.p.	7,7 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	12,0%	9,2%	13,0%	11,3%	4,4%	18,9%	9,0%	874	524	996	177	79	72	12	2,2 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.	9,0 p.p.	16,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,9%	8,7%	8,2%	4,9%	8,6%	12,6%	15,8%	874	524	996	177	79	72	12	1,8 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	3,2 p.p.	6,2 p.p.	7,7 p.p.	20,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,7%	3,2%	2,7%	1,7%	0,6%	2,8%	24,5%	874	524	996	177	79	72	12	1,1 p.p.	1,5 p.p.					

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																							
Não acede	12,1%	8,3%	11,8%	16,4%	3,7%	8,4%	1,8%		874	524	996	177	79	72	12		2,2 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	4,1 p.p.	6,4 p.p.	7,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	25,0%	25,8%	30,1%	19,4%	37,5%	31,5%	14,9%		874	524	996	177	79	72	12		2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.	5,8 p.p.	10,7 p.p.	10,7 p.p.	20,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	20,2%	16,6%	16,5%	22,4%	25,7%	14,4%	40,7%		874	524	996	177	79	72	12		2,7 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	9,6 p.p.	8,1 p.p.	27,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,3%	15,9%	12,2%	17,2%	13,6%	14,7%			874	524	996	177	79	72			2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,0 p.p.	5,6 p.p.	7,5 p.p.	8,2 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	13,5%	16,2%	16,5%	11,7%	6,3%	14,1%	5,2%		874	524	996	177	79	72	12		2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	4,7 p.p.	5,3 p.p.	8,0 p.p.	12,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,6%	11,2%	8,4%	9,8%	8,8%	13,8%	37,4%		874	524	996	177	79	72	12		2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,7 p.p.	4,4 p.p.	6,2 p.p.	8,0 p.p.	27,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,3%	5,9%	4,5%	3,1%	4,5%				874	524	996	177	79	72			1,2 p.p.	2,0 p.p.	1,3 p.p.	2,5 p.p.	4,6 p.p.	4,0 p.p.	
Média min.	63,1	81,1	67,1	61,1	62,0	70,2	93,5		874	524	996	177	79	72	12		8,6	13,5	8,9	18,7	34,8	28,1	69,6
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																							
Não acede	12,0%	8,0%	11,8%	11,9%	9,8%	13,5%	4,6%		874	524	996	177	79	72	12		2,2 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	6,6 p.p.	7,9 p.p.	11,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	23,9%	20,9%	28,6%	18,5%	34,7%	24,7%	25,7%		874	524	996	177	79	72	12		2,8 p.p.	3,5 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	10,5 p.p.	10,0 p.p.	24,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	14,3%	19,2%	15,5%	21,3%	12,4%	8,7%	23,9%		874	524	996	177	79	72	12		2,3 p.p.	3,4 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	7,3 p.p.	6,5 p.p.	24,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,7%	18,6%	13,9%	22,6%	14,5%	16,2%	1,7%		874	524	996	177	79	72	12		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,1 p.p.	6,2 p.p.	7,8 p.p.	8,5 p.p.	7,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	17,6%	18,7%	15,4%	12,3%	16,6%	21,6%			874	524	996	177	79	72			2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	12,5%	9,5%	10,1%	9,2%	10,4%	15,3%	44,1%		874	524	996	177	79	72	12		2,2 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	6,7 p.p.	8,3 p.p.	28,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	5,2%	4,7%	4,3%	1,6%				874	524	996	177	79	72			1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.		
Média min.	69,6	77,5	70,9	68,5	57,3	62,8	100,9		874	524	996	177	79	72	12		8,6	12,9	9,9	20,2	19,9	21,7	73,4
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual																							
Dias úteis das 7 às 19 horas:																							
Não acede	17,8%	21,3%	22,1%	18,5%	9,9%	23,1%	1,7%		888	588	1036	179	73	70	11		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	6,8 p.p.	9,9 p.p.	7,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	25,8%	28,3%	28,6%	27,0%	33,0%	21,7%	34,8%		888	588	1036	179	73	70	11		2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,8 p.p.	6,5 p.p.	10,8 p.p.	9,7 p.p.	28,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	21,3%	20,5%	16,5%	20,0%	18,4%	24,2%	2,0%		888	588	1036	179	73	70	11		2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	8,9 p.p.	10,0 p.p.	8,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,0%	12,4%	17,6%	19,9%	8,7%	10,5%			888	588	1036	179	73	70			2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	6,5 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	13,5%	12,6%	8,2%	7,8%	10,0%	17,9%	61,4%		888	588	1036	179	73	70	11		2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	7,1 p.p.	7,0 p.p.	28,8 p.p.
Entre 2 a 5 horas	4,7%	3,7%	5,8%	4,0%	18,5%	6,1%			888	588	1036	179	73	70			1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,9 p.p.	8,9 p.p.	5,6 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,9%	1,2%	1,3%	2,8%	0,7%	4,4%			888	588	1036	179	73	70			0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	
Média min.	40,6	37,7	39,9	45,4	62,8	55,9	58,5		888	588	1036	179	73	70	11		5,1	6,3	5,4	17,6	29,4	37,2	34,8
Dias úteis das 19 às 7 horas:																							
Não acede	8,5%	9,2%	10,2%	7,5%	7,6%	7,1%	5,6%		888	588	1036	179	73	70	11		1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	3,8 p.p.	6,1 p.p.	6,0 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	24,7%	23,6%	25,1%	25,9%	23,5%	18,1%	28,7%		888	588	1036	179	73	70	11		2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	6,4 p.p.	9,7 p.p.	9,0 p.p.	26,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	23,2%	20,0%	22,8%	19,9%	14,0%	31,2%	5,5%		888	588	1036	179	73	70	11		2,8 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	8,0 p.p.	10,8 p.p.	13,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	19,0%	22,8%	18,5%	18,6%	18,9%	22,8%			888	588	1036	179	73	70			2,6 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	9,0 p.p.	9,8 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	17,3%	15,5%	16,8%	17,4%	9,2%	8,3%	60,2%		888	588	1036	179	73	70	11		2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	6,6 p.p.	6,5 p.p.	28,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,0%	8,0%	6,0%	9,8%	26,7%	12,5%			888	588	1036	179	73	70			1,6 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	4,4 p.p.	10,2 p.p.	7,8 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,3%	0,8%	0,5%	0,9%					888	588	1036	179	73	70			0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,4 p.p.	1,4 p.p.			
Média min.	50,7	51,6	45,7	55,8	77,9	52,5	57,7		888	588	1036	179	73	70	11		6,3	7,0	5,0	13,8	28,7	20,4	35,0
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																							
Não acede	11,7%	13,5%	17,8%	13,1%	11,3%	11,8%	5,6%		888	588	1036	179	73	70	11		2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	7,3 p.p.	7,6 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	20,5%	21,8%	23,5%	19,7%	20,7%	27,4%	26,8%		888	588	1036	179	73	70	11		2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	9,3 p.p.	10,4 p.p.	26,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	22,7%	18,2%	17,4%	20,8%	14,9%	24,5%	5,4%		888	588	1036	179	73	70	11		2,8 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	8,2 p.p.	10,1 p.p.	13,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,3%	18,5%	17,0%	12,6%	12,6%	8,5%			888	588	1036	179	73	70			2,5 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	7,6 p.p.	6,5 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	15,3%	16,7%	13,2%	13,3%	18,8%	15,0%	36,5%		888	588	1036	179	73	70	11		2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	9,0 p.p.	8,4 p.p.	28,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,0%	8,1%	9,4%	10,9%	21,5%	12,0%	25,7%		888	588	1036	179	73	70	11		1,9 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	4,6 p.p.	9,4 p.p.	7,6 p.p.	25,8 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,5%	3,1%	1,7%	4,3%	0,2%	0,8%			888	588	1036	179	73	70			1,0 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.	3,0 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	
Média min.	60,2	62,3	53,7	71,3	73,9	54,4	90,1		888	588	1036	179	73	70	11		7,9	10,4	7,3	22,4	28,6	22,1	58,3
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																							
Não acede	12,3%	13,0%	11,4%	9,6%	15,5%	10,7%	5,6%		888	588	1036	179	73	70	11		2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,3 p.p.	8,3 p.p.	7,2 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	20,7%	18,7%	21,3%	18,2%	16,1%	20,0%	28,6%		888	588	1036	179	73	70	11		2,7 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	5,6 p.p.	8,4 p.p.	9,4 p.p.	26,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	17,0%	16,0%	20,2%	13,9%	13,0%	25,7%	1,8%		888	588	1036	179	73	70	11		2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,1 p.p.	7,7 p.p.	10,2 p.p.	7,9 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	20,3%	18,9%	18,3%	19,0%	14,2%	17,7%			888	588	1036	179	73	70			2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	8,0 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	16,9%	21,3%	17,2%	23,6%	15,1%	17,3%	39,6%		888	588	1036	179	73	70	11		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	7,8 p.p.	8,9 p.p.	28,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,9%	9,3%	10,0%	13,3%	25,8%	7,2%	24,4%		888	588	1036	179	73	70	11		2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	5,0 p.p.	10,0 p.p.	6,1 p.p.	25,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,0%	2,7%	1,5%	2,4%	0,2%	1,5%			888	588	1036	179	73	70			1,1 p.p.	1,3 p.p.	0,7 p.p.	2,2 p.p.	1,0 p.p.	2,8 p.p.	
Média min.	65,8	66,2	58,7	74,7	79,5	53,5	89,5		888	588	1036	179	73	70	11		9,0	10,0	6,7	18,0	28,9	21,2	56,3
Tempo médio dedicado à utilização de redes sociais																							
Dias úteis das 7 às 19 horas:																							
Não acede	9,6%	10,6%	9,4%	12,6%	14,1%	23,0%	3,8%		915	594	974	164	67	58	8		1,9 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	8,3 p.p.	10,8 p.p.	13,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	21,8%	20,7%	20,0%	19,0%	26,6%	18,1%			915	594	974	164	67	58			2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	6,0 p.p.	10,6 p.p.	9,9 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	19,5%	16,7%	20,4%	15,5%	9,5%	23,0%			915	594	974	164	67	58									

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Dias úteis das 19 às 7 horas:																							
Não acede	5,9%	3,0%	5,8%	3,3%	24,5%	5,6%		915	594	974	164	67	58			1,5 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	2,7 p.p.	10,3 p.p.	5,9 p.p.		
Entre 1 a 15 min.	16,3%	14,6%	14,8%	12,5%	10,1%	26,5%		915	594	974	164	67	58			2,4 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	7,2 p.p.	11,4 p.p.		
Entre 15 a 30 min.	19,4%	17,9%	18,9%	17,3%	11,3%	18,5%		915	594	974	164	67	58			2,6 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	5,8 p.p.	7,6 p.p.	10,0 p.p.		
Entre 30 min. a 1 hora	18,0%	23,6%	19,2%	19,4%	19,5%	31,5%	9,3%	915	594	974	164	67	58	8		2,5 p.p.	3,4 p.p.	2,5 p.p.	6,1 p.p.	9,5 p.p.	11,9 p.p.	20,1 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	21,0%	24,7%	24,9%	20,2%	24,9%	8,8%	46,4%	915	594	974	164	67	58	8		2,6 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	6,1 p.p.	10,4 p.p.	7,3 p.p.	34,6 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	16,3%	13,3%	13,5%	20,2%	9,1%	5,7%	44,3%	915	594	974	164	67	58	8		2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	6,1 p.p.	6,9 p.p.	6,0 p.p.	34,4 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	3,2%	2,7%	2,9%	7,0%	0,5%	3,5%		915	594	974	164	67	58			1,1 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	3,9 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.		
Média min.	83,1	80,1	79,6	110,2	56,4	58,2	139,0	915	594	974	164	67	58	8		9,7	10,4	8,0	28,6	21,8	31,3	66,7	
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																							
Não acede	11,0%	6,3%	6,2%	7,0%	6,2%	24,2%		915	594	974	164	67	58			2,0 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	5,8 p.p.	11,0 p.p.		
Entre 1 a 15 min.	17,4%	17,2%	17,4%	15,0%	27,1%	14,3%	49,0%	915	594	974	164	67	58	8		2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,5 p.p.	10,6 p.p.	9,0 p.p.	34,6 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	17,2%	17,5%	19,4%	13,8%	19,6%	19,3%		915	594	974	164	67	58			2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	5,3 p.p.	9,5 p.p.	10,2 p.p.		
Entre 30 min. a 1 hora	17,4%	18,9%	17,7%	14,6%	15,8%	20,1%	29,3%	915	594	974	164	67	58	8		2,5 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,4 p.p.	8,7 p.p.	10,3 p.p.	31,5 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	18,6%	21,9%	21,2%	18,5%	16,1%	10,1%	10,4%	915	594	974	164	67	58	8		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	5,9 p.p.	8,8 p.p.	7,7 p.p.	21,2 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	13,6%	13,1%	12,2%	25,0%	11,8%	10,3%	6,5%	915	594	974	164	67	58	8		2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	6,6 p.p.	7,7 p.p.	7,8 p.p.	17,1 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	4,8%	5,1%	6,0%	6,1%	3,5%	1,7%	4,9%	915	594	974	164	67	58	8		1,4 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,3 p.p.	14,9 p.p.	
Média min.	82,8	87,0	88,8	111,1	70,5	53,9	64,9	915	594	974	164	67	58	8		10,7	12,7	10,0	25,7	32,3	24,8	69,0	
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																							
Não acede	7,8%	5,3%	6,6%	6,1%	28,0%	8,5%	29,3%	915	594	974	164	67	58	8		1,7 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	10,8 p.p.	7,2 p.p.	31,5 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	16,9%	13,1%	15,3%	12,1%	10,4%	25,5%		915	594	974	164	67	58			2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,0 p.p.	7,3 p.p.	11,2 p.p.		
Entre 15 a 30 min.	15,5%	14,6%	15,7%	14,1%	8,0%	18,7%	3,8%	915	594	974	164	67	58	8		2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	5,3 p.p.	6,5 p.p.	10,0 p.p.	13,2 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	17,2%	18,4%	16,8%	17,1%	16,9%	20,0%	10,4%	915	594	974	164	67	58	8		2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	9,0 p.p.	10,3 p.p.	21,2 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	20,4%	29,3%	25,5%	20,0%	21,1%	16,3%	12,2%	915	594	974	164	67	58	8		2,6 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	6,1 p.p.	9,8 p.p.	9,5 p.p.	27,2 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	15,8%	14,7%	15,5%	23,5%	13,4%	10,2%	44,3%	915	594	974	164	67	58	8		2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	6,5 p.p.	8,1 p.p.	7,8 p.p.	34,4 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	6,3%	4,5%	4,5%	7,1%	2,2%	0,8%		915	594	974	164	67	58			1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.	2,4 p.p.		
Média min.	96,3	92,9	91,0	115,6	68,7	55,7	109,6	915	594	974	164	67	58	8		13,1	12,0	9,2	26,9	31,0	22,6	105,8	
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros																							
Dias úteis das 7 às 19 horas:																							
Não acede	21,1%	19,8%	19,9%	11,7%	17,4%	13,9%		690	431	799	122	55	51			3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	10,0 p.p.	9,5 p.p.		
Entre 1 a 15 min.	43,5%	44,5%	44,1%	42,5%	28,5%	44,6%	48,1%	690	431	799	122	55	51	10		3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,8 p.p.	11,9 p.p.	13,6 p.p.	31,0 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	16,4%	15,8%	17,2%	26,5%	23,2%	16,9%	6,2%	690	431	799	122	55	51	10		2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	7,8 p.p.	11,2 p.p.	10,3 p.p.	15,0 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	7,4%	10,8%	9,9%	9,9%	17,7%	1,5%	25,4%	690	431	799	122	55	51	10		2,0 p.p.	2,9 p.p.	2,1 p.p.	5,3 p.p.	3,3 p.p.	10,5 p.p.	27,0 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	7,8%	6,3%	5,9%	6,9%	28,3%	4,6%	15,8%	690	431	799	122	55	51	10		2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	4,5 p.p.	11,9 p.p.	5,7 p.p.	22,6 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	2,6%	1,6%	2,1%	2,3%	0,6%	0,6%		690	431	799	122	55	51			1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.		
Entre 5 a 12 horas	1,2%	1,2%	0,9%	0,2%	1,6%	4,4%		690	431	799	122	55	51	10		0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.		3,5 p.p.	12,7 p.p.	
Média min.	29,4	27,0	25,8	25,9	35,8	29,1	53,3	690	431	799	122	55	51	10		6,4	7,8	4,6	7,6	17,2	17,7	51,4	
Dias úteis das 19 às 7 horas:																							
Não acede	17,2%	15,6%	21,5%	18,0%	22,5%	21,1%	4,4%	690	431	799	122	55	51	10		2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.	11,0 p.p.	11,2 p.p.	12,7 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	47,2%	47,1%	42,4%	39,6%	25,1%	36,0%	53,2%	690	431	799	122	55	51	10		3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,7 p.p.	11,5 p.p.	13,2 p.p.	30,9 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	16,2%	15,5%	16,4%	24,0%	23,0%	11,1%		690	431	799	122	55	51			2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	7,6 p.p.	11,1 p.p.	8,6 p.p.		
Entre 30 min. a 1 hora	10,2%	11,9%	11,4%	13,1%	0,6%	27,9%	1,9%	690	431	799	122	55	51	10		2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	2,1 p.p.	12,3 p.p.	8,4 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	6,8%	6,5%	6,8%	5,0%	8,4%	1,4%	36,1%	690	431	799	122	55	51	10		1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	7,3 p.p.	3,2 p.p.	29,8 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	2,0%	2,5%	0,7%		19,7%	0,8%		690	431	799	122	55	51			1,0 p.p.	1,5 p.p.	0,6 p.p.		10,5 p.p.	2,5 p.p.		
Entre 5 a 12 horas	0,4%	0,9%	0,8%	0,2%	0,6%	1,6%	4,4%	690	431	799	122	55	51	10		0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	3,5 p.p.	12,7 p.p.	
Média min.	24,5	28,3	23,9	20,1	59,6	29,3	59,9	690	431	799	122	55	51	10		4,4	8,4	4,8	5,1	43,0	17,8	55,0	
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																							
Não acede	26,4%	28,0%	27,6%	19,0%	20,2%	17,2%	4,4%	690	431	799	122	55	51	10		3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,0 p.p.	10,6 p.p.	10,4 p.p.	12,7 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	38,7%	40,5%	38,0%	36,6%	33,6%	36,1%	30,5%	690	431	799	122	55	51	10		3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,5 p.p.	12,5 p.p.	13,2 p.p.	28,5 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	16,6%	14,7%	16,2%	22,5%	15,7%	24,1%	44,9%	690	431	799	122	55	51	10		2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	7,4 p.p.	9,6 p.p.	11,7 p.p.	30,8 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	7,3%	8,4%	9,9%	15,2%	6,2%	10,2%		690	431	799	122	55	51			1,9 p.p.	2,6 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	6,4 p.p.	8,3 p.p.		
Entre 1 a 2 horas	7,0%	6,2%	6,3%	5,9%	7,6%	9,1%		690	431	799	122	55	51			1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,2 p.p.	7,0 p.p.	7,9 p.p.		
Entre 2 a 5 horas	2,8%	1,9%	1,3%	0,6%	16,0%	1,6%	15,8%	690	431	799	122	55	51	10		1,2 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	9,7 p.p.	3,5 p.p.	22,6 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,2%	0,2%	0,6%	0,2%	0,6%	1,6%	4,4%	690	431	799	122	55	51	10		0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	3,5 p.p.	12,7 p.p.	
Média min.	28,4	21,1	22,4	22,5	52,5	32,9	68,1	690	431	799	122	55	51	10		6,8	4,8	3,9	5,7	42,8	19,8	65,7	
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																							
Não acede	26,0%	27,3%	25,7%	24,4%	31,8%	27,5%	4,4%	690	431	799	122	55	51	10		3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,6 p.p.	12,3 p.p.	12,3 p.p.	12,7 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	40,8%	37,2%	36,5%	32,7%	12,8%	32,4%	30,5%	690	431	799	122	55	51	10		3,7 p.p.	4,6 p.p.	3,3 p.p.	8,3 p.p.	8,8 p.p.	12,8 p.p.	28,5 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	13,8%	15,6%	16,4%	21,0%	22,0%	6,7%	24,6%	690	431	799	122	55	51	10		2,6 p.p.	3,4 p.p.						

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Dias úteis das 7 às 19 horas:

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Não acede	7,2%	9,0%	8,8%	6,3%	12,0%	7,7%	13,2%		932	596	1021	161	70	59	13		1,7 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.	18,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	21,7%	23,8%	21,5%	22,8%	20,1%	15,1%		932	596	1021	161	70	59				2,6 p.p.	3,4 p.p.	2,5 p.p.	6,5 p.p.	9,4 p.p.	9,1 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	21,7%	19,1%	22,6%	28,7%	20,3%	29,8%	12,5%		932	596	1021	161	70	59	13		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	7,0 p.p.	9,4 p.p.	11,7 p.p.	18,0 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	21,2%	18,6%	19,4%	12,5%	14,5%	23,9%		932	596	1021	161	70	59				2,6 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,1 p.p.	8,3 p.p.	10,9 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	14,5%	20,0%	14,9%	19,0%	28,7%	17,8%	11,3%		932	596	1021	161	70	59	13		2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,2 p.p.	6,1 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.	17,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	10,6%	7,3%	9,1%	8,8%	3,1%	5,7%	63,0%		932	596	1021	161	70	59	13		2,0 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.	5,9 p.p.	26,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,1%	2,1%	3,8%	1,9%					932	596	1021	161	70				1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.		
Média min.	67,4	58,6	67,1	59,0	51,5	46,7	145,3		932	596	1021	161	70	59	13		9,0	8,7	8,4	15,6	16,3	12,2	56,7

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	6,9%	5,5%	6,3%	4,3%	4,0%	1,7%	5,2%		932	596	1021	161	70	59	13		1,6 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	4,6 p.p.	3,3 p.p.	12,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,8%	24,8%	20,5%	23,8%	20,7%	18,5%	11,4%		932	596	1021	161	70	59	13		2,7 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	9,5 p.p.	9,9 p.p.	17,3 p.p.
Entre 15 a 30 min.	21,5%	18,5%	22,1%	24,4%	27,6%	22,7%	10,5%		932	596	1021	161	70	59	13		2,6 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	10,5 p.p.	10,7 p.p.	16,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,5%	19,8%	23,2%	18,2%	13,0%	30,1%	8,3%		932	596	1021	161	70	59	13		2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	6,0 p.p.	7,9 p.p.	11,7 p.p.	15,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,9%	19,7%	15,3%	17,2%	30,3%	20,3%	19,5%		932	596	1021	161	70	59	13		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,2 p.p.	5,8 p.p.	10,8 p.p.	10,3 p.p.	21,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	8,6%	10,4%	10,8%	9,8%	4,5%	5,9%	45,2%		932	596	1021	161	70	59	13		1,8 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.	4,6 p.p.	4,9 p.p.	6,0 p.p.	27,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,7%	1,3%	1,7%	2,2%		0,9%			932	596	1021	161	70	59			1,0 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.		
Média min.	64,4	61,4	62,4	62,9	50,4	55,3	119,4		932	596	1021	161	70	59	13		9,0	8,9	7,5	16,6	13,7	17,0	63,8

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	7,7%	9,1%	10,0%	10,8%	5,3%	21,8%			932	596	1021	161	70	59			1,7 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	4,8 p.p.	5,3 p.p.	10,5 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	19,5%	27,8%	23,6%	17,8%	30,5%	15,6%	10,8%		932	596	1021	161	70	59	13		2,5 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.	5,9 p.p.	10,8 p.p.	9,3 p.p.	16,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	25,8%	19,7%	21,5%	24,5%	21,8%	21,4%	16,3%		932	596	1021	161	70	59	13		2,8 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	20,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,4%	15,3%	17,0%	18,7%	17,0%	13,6%	24,3%		932	596	1021	161	70	59	13		2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	8,8 p.p.	8,8 p.p.	23,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,4%	16,0%	15,9%	14,2%	21,0%	19,2%	27,5%		932	596	1021	161	70	59	13		2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	9,5 p.p.	10,0 p.p.	24,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,6%	10,8%	8,0%	9,5%	4,2%	8,5%	21,1%		932	596	1021	161	70	59	13		1,6 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.	4,5 p.p.	4,7 p.p.	7,1 p.p.	22,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,5%	1,5%	4,0%	4,4%	0,2%				932	596	1021	161	70				1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	3,2 p.p.	1,0 p.p.		
Média min.	64,4	57,9	65,7	70,8	43,6	47,2	84,5		932	596	1021	161	70	59	13		9,0	8,3	9,9	21,9	13,1	17,6	55,0

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	8,2%	9,1%	9,1%	11,9%	15,5%	0,7%			932	596	1021	161	70	59			1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	5,0 p.p.	8,5 p.p.	2,1 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	22,4%	24,4%	18,2%	16,2%	30,2%	18,8%	35,1%		932	596	1021	161	70	59	13		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	10,8 p.p.	10,0 p.p.	25,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	20,2%	19,7%	22,6%	19,5%	6,9%	28,5%	11,5%		932	596	1021	161	70	59	13		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	6,1 p.p.	5,9 p.p.	11,5 p.p.	17,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,1%	14,9%	18,1%	17,4%	6,5%	17,8%	8,3%		932	596	1021	161	70	59	13		2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	5,8 p.p.	9,7 p.p.	15,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	20,6%	17,3%	18,8%	17,5%	39,1%	25,2%	23,0%		932	596	1021	161	70	59	13		2,6 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	11,4 p.p.	11,1 p.p.	22,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	8,4%	12,0%	10,1%	10,5%	1,2%	9,1%	22,2%		932	596	1021	161	70	59	13		1,8 p.p.	2,6 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	2,6 p.p.	7,3 p.p.	22,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,1%	2,6%	3,0%	7,0%	0,6%				932	596	1021	161	70				1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	3,9 p.p.	1,8 p.p.		
Média min.	70,9	67,1	68,4	86,8	47,6	57,6	76,4		932	596	1021	161	70	59	13		10,0	10,4	8,8	29,0	15,5	18,5	64,4

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Serviços VoIP pagos e gratuitos

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	
SKYPE - pago	5,5%	2,2%	4,5%	3,5%	5,3%		2,3%	444	320	558	96	41		7	2,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,7 p.p.	6,9 p.p.			11,2 p.p.
SKYPE - gratuito	92,3%	92,8%	94,4%	94,9%	93,5%	97,0%	97,7%	444	320	558	96	41	39	7	2,5 p.p.	2,8 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	7,6 p.p.	5,4 p.p.		11,2 p.p.
SKYPE - NS/NR	2,1%	5,0%	1,1%	1,6%	1,2%	3,0%		444	320	558	96	41	39		1,3 p.p.	2,4 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.			5,4 p.p.
SKYPEOUT - pago	50,1%		8,8%	70,5%				18		15	3				23,1 p.p.		14,3 p.p.	51,6 p.p.				
SKYPEOUT - gratuito	47,4%	100,0%	66,0%					18	3	15					23,1 p.p.	0,0 p.p.	24,0 p.p.					
SKYPEOUT - NS/NR	2,5%		25,2%	29,5%				18		15	3				7,2 p.p.		22,0 p.p.	51,6 p.p.				
FACETIME - pago	9,3%	6,0%	1,9%				100,0%	86	57	105				1	6,1 p.p.	6,1 p.p.	2,6 p.p.					0,0 p.p.
FACETIME - gratuito	84,8%	75,3%	89,6%	92,7%	100,0%	95,5%		86	57	105	11	3	7		7,6 p.p.	11,2 p.p.	5,8 p.p.	15,4 p.p.	0,0 p.p.	15,4 p.p.		
FACETIME - NS/NR	5,9%	18,7%	8,5%	7,3%		4,5%		86	57	105	11		7		5,0 p.p.	10,1 p.p.	5,3 p.p.	15,4 p.p.		15,4 p.p.		
VIBER - pago	2,9%	3,0%	0,7%	5,9%				162	85	195	28				2,6 p.p.	3,6 p.p.	1,2 p.p.	8,7 p.p.				
VIBER - gratuito	92,3%	92,9%	95,7%	75,7%	100,0%	90,7%	100,0%	162	85	195	28	11	13	1	4,1 p.p.	5,4 p.p.	2,9 p.p.	15,9 p.p.	0,0 p.p.	15,8 p.p.		0,0 p.p.
VIBER - NS/NR	4,8%	4,1%	3,6%	18,5%				162	85	195	28		13		3,3 p.p.	4,2 p.p.	2,6 p.p.	14,4 p.p.				15,8 p.p.
WHATSAPP - pago	5,2%	7,2%	3,8%	1,2%	19,2%	3,8%		159	88	244	40	10	18		3,4 p.p.	5,4 p.p.	2,4 p.p.	3,4 p.p.	24,4 p.p.	8,9 p.p.		
WHATSAPP - gratuito	88,2%	89,7%	93,7%	88,0%	46,5%	79,1%		159	88	244	40	10	18		5,0 p.p.	6,3 p.p.	3,0 p.p.	10,1 p.p.	30,9 p.p.	18,8 p.p.		
WHATSAPP - NS/NR	6,7%	3,0%	2,5%	10,8%	34,3%	17,1%		159	88	244	40	10	18		3,9 p.p.	3,6 p.p.	2,0 p.p.	9,6 p.p.	29,4 p.p.	17,4 p.p.		
FACEBOOK MESSENGER - pago	3,5%	1,5%	2,0%			1,2%		424	268	491			42		1,7 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.					3,3 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	93,4%	92,3%	95,0%	96,5%	95,0%	97,4%	100,0%	424	268	491	86	38	42	6	2,4 p.p.	3,2 p.p.	1,9 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.	4,8 p.p.		0,0 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	3,1%	6,2%	3,0%	3,5%	5,0%	1,4%		424	268	491	86	38	42		1,6 p.p.	2,9 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.	3,5 p.p.		
HANGOUTS - pago	8,4%	0,6%	2,5%				100,0%	105	48	137				1	5,3 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.					0,0 p.p.
HANGOUTS - gratuito	78,1%	79,3%	94,3%	69,7%	100,0%	94,1%		105	48	137	18	6	11		7,9 p.p.	11,5 p.p.	3,9 p.p.	21,2 p.p.	0,0 p.p.	13,9 p.p.		
HANGOUTS - NS/NR	13,5%	20,2%	3,2%	30,3%		5,9%		105	48	137	18		11		6,5 p.p.	11,4 p.p.	2,9 p.p.	21,2 p.p.		13,9 p.p.		
WECHAT - pago	28,4%	3,2%	1,6%				100,0%	27	9	17				1	17,0 p.p.	11,5 p.p.	6,0 p.p.					0,0 p.p.
WECHAT - gratuito	57,5%	69,8%	82,9%	28,2%	100,0%	100,0%		27	9	17	5	2	1		18,6 p.p.	30,0 p.p.	17,9 p.p.	39,4 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
WECHAT - NS/NR	14,1%	27,0%	15,5%	71,8%				27	9	17	5				13,1 p.p.	29,0 p.p.	17,2 p.p.	39,4 p.p.				
QQ - pago	27,2%	3,3%	2,3%					15	8	11					22,5 p.p.	12,4 p.p.	8,9 p.p.					
QQ - gratuito	70,8%	62,6%	80,8%			100,0%	100,0%	15	8	11				1	23,0 p.p.	33,5 p.p.	23,3 p.p.				0,0 p.p.	0,0 p.p.
QQ - NS/NR	2,0%	34,1%	16,9%	100,0%				15	8	11	1				7,1 p.p.	32,8 p.p.	22,1 p.p.		0,0 p.p.			
LINE - pago	23,3%	13,9%	1,4%				100,0%	19	10	17				1	19,0 p.p.	21,4 p.p.	5,6 p.p.					0,0 p.p.
LINE - gratuito	66,5%	76,7%	75,0%			65,0%		19	10	17			5		21,2 p.p.	26,2 p.p.	20,6 p.p.					41,8 p.p.
LINE - NS/NR	10,2%	9,4%	23,6%	100,0%		35,0%		19	10	17	1		5		13,6 p.p.	18,1 p.p.	20,2 p.p.	0,0 p.p.				41,8 p.p.
TANGO - pago	39,9%		3,7%					12		9					27,7 p.p.		12,3 p.p.					
TANGO - gratuito	33,1%	34,1%	83,6%					12	2	9					26,6 p.p.	65,7 p.p.	24,2 p.p.					
TANGO - NS/NR	27,0%	65,9%	12,7%					12	2	9					25,1 p.p.	65,7 p.p.	21,7 p.p.					
OUTRO - pago	41,9%	35,1%	11,6%	15,5%				11	8	14	7				29,2 p.p.	33,1 p.p.	16,8 p.p.	26,8 p.p.				
OUTRO - gratuito	40,4%	64,9%	88,4%	84,5%				11	8	14	7				29,0 p.p.	33,1 p.p.	16,8 p.p.	26,8 p.p.				
OUTRO - NS/NR	17,7%							11							22,6 p.p.							

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	6,8%	5,5%	5,1%	9,2%	0,6%	12,9%		589	394	736	130	55	57		2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	5,0 p.p.	2,0 p.p.	8,7 p.p.		
Não	71,1%	73,1%	71,3%	77,0%	72,8%	66,6%	76,2%	589	394	736	130	55	57	7	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,3 p.p.	7,2 p.p.	11,8 p.p.	12,2 p.p.	31,6 p.p.	
NS/NR	22,2%	21,3%	23,6%	13,8%	26,7%	20,5%	23,8%	589	394	736	130	55	57	7	3,4 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	5,9 p.p.	11,7 p.p.	10,5 p.p.	31,6 p.p.	

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

média	12,8	5,7	7,2	12,4		3,0		36	20	41	10		4		9,5	2,0	2,1	7,0	0,0	3,0	0,0	
-------	------	-----	-----	------	--	-----	--	----	----	----	----	--	---	--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos																					
WHATSAPP - pago	6,5%	2,4%	3,4%	1,2%	11,1%			200	125	347	48	15			3,4 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	3,0 p.p.	15,9 p.p.		
WHATSAPP - gratuito	87,9%	91,6%	95,3%	92,6%	88,9%	97,1%	100,0%	200	125	347	48	15	25	1	4,5 p.p.	4,9 p.p.	2,2 p.p.	7,4 p.p.	15,9 p.p.	6,5 p.p.	0,0 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	5,7%	6,0%	1,2%	6,2%		2,9%		200	125	347	48		25		3,2 p.p.	4,2 p.p.	1,2 p.p.	6,8 p.p.		6,5 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,5%	1,2%	2,4%	4,4%	1,1%	1,2%	19,4%	757	457	831	157	68	61	12	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	22,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	92,6%	94,5%	93,9%	90,5%	98,9%	97,3%	80,6%	757	457	831	157	68	61	12	1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.	4,6 p.p.	2,5 p.p.	4,1 p.p.	22,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	4,9%	4,3%	3,7%	5,1%		1,5%		757	457	831	157		61		1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.		3,0 p.p.	
SKYPE - pago	4,2%	0,8%	5,2%	3,9%	7,7%			381	255	436	84	30			2,0 p.p.	1,1 p.p.	2,1 p.p.	4,2 p.p.	9,6 p.p.		
SKYPE - gratuito	91,8%	97,6%	93,1%	93,6%	92,3%	100,0%	100,0%	381	255	436	84	30	32	6	2,8 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	5,2 p.p.	9,6 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
SKYPE - NS/NR	4,0%	1,7%	1,8%	2,4%				381	255	436	84				2,0 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,3 p.p.			
VIBER - pago	2,0%	2,9%	3,1%					120	62	159					2,5 p.p.	4,2 p.p.	2,7 p.p.				
VIBER - gratuito	91,0%	95,4%	89,8%	85,3%	100,0%	100,0%		120	62	159	22	10	12		5,1 p.p.	5,2 p.p.	4,7 p.p.	14,8 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
VIBER - NS/NR	7,1%	1,7%	7,1%	14,7%				120	62	159	22				4,6 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	14,8 p.p.			
HANGOUTS - pago	5,1%	1,8%		2,4%				118	61		22				4,0 p.p.	3,3 p.p.		6,5 p.p.			
HANGOUTS - gratuito	93,3%	96,3%	94,7%	84,4%	100,0%	100,0%	100,0%	118	61	184	22	6	2	1	4,5 p.p.	4,7 p.p.	3,2 p.p.	15,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	1,6%	1,9%	5,3%	13,1%				118	61	184	22				2,2 p.p.	3,4 p.p.	3,2 p.p.	14,1 p.p.			
WECHAT - pago	16,0%							8							25,4 p.p.						
WECHAT - gratuito	62,7%	100,0%	100,0%	68,7%	100,0%			8	3	7	3	1			33,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	52,4 p.p.	0,0 p.p.		
WECHAT - NS/NR	21,3%			31,3%				8			3				28,4 p.p.			52,4 p.p.			
LINE - pago	35,8%							6													
LINE - gratuito	64,2%	100,0%	100,0%					6	4	6											
LINE - NS/NR																					
QQ - pago	100,0%							2													
QQ - gratuito		100,0%	100,0%						2	2											
QQ - NS/NR																					
TANGO - pago	48,9%							4													
TANGO - gratuito	51,1%		100,0%	100,0%				4		2	2										
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - pago	21,2%							12							23,1 p.p.						
OUTRO - gratuito	78,8%	100,0%	89,6%	100,0%	100,0%	100,0%		12	9	11	2	1	1		23,1 p.p.	0,0 p.p.	18,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
OUTRO - NS/NR			10,4%							11							18,0 p.p.				
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Sim	4,6%	3,7%	5,3%	3,6%	0,9%	8,1%	11,2%	822	501	951	161	76	69	11	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	2,9 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	18,6 p.p.
Não	72,5%	75,9%	71,7%	80,3%	72,4%	57,7%	61,6%	822	501	951	161	76	69	11	3,1 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,1 p.p.	10,1 p.p.	11,7 p.p.	28,7 p.p.
NS/NR	22,9%	20,4%	22,9%	16,1%	26,7%	34,2%	27,2%	822	501	951	161	76	69	11	2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	5,7 p.p.	9,9 p.p.	11,2 p.p.	26,3 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
média	11,1	6,4	4,1	6,0	3,0	2,2	5,0	38	16	42	9	2	7	1	9,5	1,9	1,0	5,2	0,0	1,6	0,0

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Serviços de audiovisual pagos e gratuitos

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
YOUTUBE - pago	1,4%	1,7%	0,9%		0,7%	2,8%	2,0%	871	568	1000		70	68	11	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,6 p.p.		1,9 p.p.	4,0 p.p.	8,3 p.p.
YOUTUBE - gratuito	96,9%	95,5%	97,9%	94,9%	99,3%	94,9%	98,0%	871	568	1000	174	70	68	11	1,2 p.p.	1,7 p.p.	0,9 p.p.	3,3 p.p.	1,9 p.p.	5,2 p.p.	8,3 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	1,7%	2,8%	1,2%	5,1%		2,3%		871	568	1000	174	68	68		0,9 p.p.	1,4 p.p.	0,7 p.p.	3,3 p.p.		3,6 p.p.	
SPOTIFY - pago	9,3%	8,2%	8,8%	16,4%	5,3%	11,7%		209	130	263	31	20	6		3,9 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	13,0 p.p.	9,9 p.p.	25,7 p.p.	
SPOTIFY - gratuito	88,5%	91,8%	90,8%	82,3%	94,7%	88,3%	100,0%	209	130	263	31	20	6	3	4,3 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	13,4 p.p.	9,9 p.p.	25,7 p.p.	0,0 p.p.
SPOTIFY - NS/NR	2,2%		0,4%	1,3%				209		263	31				2,0 p.p.		0,7 p.p.	4,0 p.p.			
VINE - pago	6,1%							32							8,3 p.p.						
VINE - gratuito	86,9%	100,0%	95,9%	100,0%	100,0%	57,3%	100,0%	32	19	47	6	3	3	1	11,7 p.p.	0,0 p.p.	5,6 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	56,0 p.p.	0,0 p.p.
VINE - NS/NR	6,9%		4,1%			42,7%		32		47			3		8,8 p.p.		5,6 p.p.			56,0 p.p.	
VIMEO - pago	3,6%				2,9%			138				10			3,1 p.p.				10,3 p.p.		
VIMEO - gratuito	87,9%	97,3%	96,3%	100,0%	97,1%	100,0%	100,0%	138	83	160	16	10	12	1	5,4 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.	0,0 p.p.	10,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
VIMEO - NS/NR	8,5%	2,7%	3,7%					138	83	160					4,7 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.				
APPLE MUSIC - pago	22,5%	18,8%	9,2%		14,1%	16,7%		31	30	52		3	7		14,7 p.p.	14,0 p.p.	7,9 p.p.		39,4 p.p.	27,6 p.p.	
APPLE MUSIC - gratuito	65,1%	66,9%	61,0%	100,0%	23,4%	57,8%	100,0%	31	30	52	5	3	7	1	16,8 p.p.	16,8 p.p.	13,3 p.p.	0,0 p.p.	47,9 p.p.	36,6 p.p.	0,0 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR	12,4%	14,4%	29,8%		62,5%	25,5%		31	30	52		3	7		11,6 p.p.	12,6 p.p.	12,4 p.p.		54,8 p.p.	32,3 p.p.	
MEO MUSICA - pago	32,0%	14,2%	23,1%	5,1%	6,5%	44,1%		69	56	114	25	6		3	11,0 p.p.	9,1 p.p.	7,7 p.p.	8,6 p.p.	19,7 p.p.		56,2 p.p.
MEO MUSICA - gratuito	59,1%	75,3%	66,5%	80,2%	93,5%	93,1%	55,9%	69	56	114	25	6	10	3	11,6 p.p.	11,3 p.p.	8,7 p.p.	15,6 p.p.	19,7 p.p.	15,7 p.p.	56,2 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR	8,9%	10,5%	10,4%	14,7%		6,9%		69	56	114	25	6	10		6,7 p.p.	8,0 p.p.	5,6 p.p.	13,9 p.p.		15,7 p.p.	
RTP PLAY - pago	0,8%	2,5%	2,7%					104	68	154					1,7 p.p.	3,7 p.p.	2,5 p.p.				
RTP PLAY - gratuito	85,8%	97,5%	91,2%	93,3%	100,0%	95,0%	100,0%	104	68	154	22	8	14	3	6,7 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.	10,4 p.p.	0,0 p.p.	11,4 p.p.	0,0 p.p.
RTP PLAY - NS/NR	13,4%		6,2%	6,7%		5,0%		104		154	22		14		6,6 p.p.		3,8 p.p.	10,4 p.p.		11,4 p.p.	
MEO GO - pago	19,2%	16,9%	18,9%	7,1%	30,5%			73	69	103	37	6			9,0 p.p.	8,8 p.p.	7,6 p.p.	8,3 p.p.	36,9 p.p.		
MEO GO - gratuito	71,4%	75,0%	68,2%	87,5%	31,9%	97,2%	100,0%	73	69	103	37	6	7	3	10,4 p.p.	10,2 p.p.	9,0 p.p.	10,7 p.p.	37,3 p.p.	12,3 p.p.	0,0 p.p.
MEO GO - NS/NR	9,4%	8,1%	12,9%	5,4%	37,5%	2,8%		73	69	103	37	6	7		6,7 p.p.	6,4 p.p.	6,5 p.p.	7,3 p.p.	38,7 p.p.	12,3 p.p.	
TVI PLAYER - pago			1,5%		6,2%				53	110		7			5,4 p.p.		2,3 p.p.		17,8 p.p.		
TVI PLAYER - gratuito	93,6%	92,5%	91,3%	98,1%	93,8%	83,7%	100,0%	76	53	110	22	7	12	1	5,5 p.p.	7,1 p.p.	5,3 p.p.	5,8 p.p.	17,8 p.p.	20,9 p.p.	0,0 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR	6,4%	3,3%	7,2%	1,9%		16,3%		76	53	110	22		12		5,5 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.	5,8 p.p.		20,9 p.p.	
SOUNDCLOUD - pago	3,5%		8,4%		8,5%			64		85		6			4,5 p.p.		5,9 p.p.		22,3 p.p.		
SOUNDCLOUD - gratuito	89,4%	92,6%	83,1%	95,1%	68,0%	100,0%	100,0%	64	46	85	5	6	1	2	7,5 p.p.	7,6 p.p.	8,0 p.p.	19,0 p.p.	37,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
SOUNDCLOUD - NS/NR	7,1%	7,4%	8,5%	4,9%	23,5%			64	46	85	5	6			6,3 p.p.	7,6 p.p.	5,9 p.p.	19,0 p.p.	33,9 p.p.		
METACAFE - pago	14,4%							16							17,2 p.p.						
METACAFE - gratuito	85,6%	73,3%	95,8%	100,0%	100,0%			16	7	15	2	1			17,2 p.p.	32,8 p.p.	10,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
METACAFE - NS/NR		26,7%	4,2%						7	15						32,8 p.p.	10,2 p.p.				
TIDAL - pago	80,6%		80,7%					2		2											
TIDAL - gratuito	19,4%							2													
TIDAL - NS/NR			19,3%							2											
RHAPSODY - pago	100,0%							1													
RHAPSODY - gratuito		100,0%	25,9%						1	6											
RHAPSODY - NS/NR			74,1%		100,0%					6		1									
OUTRO - pago	10,2%		13,1%	70,4%				23		33	5				12,3 p.p.		11,5 p.p.	40,0 p.p.			
OUTRO - gratuito	89,8%	100,0%	86,9%	29,6%	100,0%			23	11	33	5	3		1	12,3 p.p.	0,0 p.p.	11,5 p.p.	40,0 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.
OUTRO - NS/NR																					
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado																					
Sim	8,5%	7,1%	5,2%	10,2%	14,1%	9,2%	34,9%	849	565	991	165	72	66	10	1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,4 p.p.	4,6 p.p.	8,0 p.p.	7,0 p.p.	29,5 p.p.
Não	68,1%	66,9%	70,5%	67,8%	68,0%	63,6%	60,6%	849	565	991	165	72	66	10	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	7,1 p.p.	10,8 p.p.	11,6 p.p.	30,3 p.p.
NS/NR	23,5%	25,9%	24,3%	22,0%	17,9%	27,3%	4,5%	849	565	991	165	72	66	10	2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	6,3 p.p.	8,9 p.p.	10,7 p.p.	12,9 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado																					
média	8,2	7,3	6,1	8,7	7,4	7,3	6,6	58	33	54	14	4	3	3	5,7	1,8	1,8	6,7	3,3	3,8	4,4

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Redes sociais pagas e gratuitas

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
FACEBOOK - pago	1,8%	1,8%	2,0%	2,5%	0,6%			891	582	937	159	63			0,9 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.		
FACEBOOK - gratuito	96,3%	96,5%	96,2%	95,7%	98,2%	99,0%	100,0%	891	582	937	159	63	57	8	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,2 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	0,0 p.p.
FACEBOOK - NS/NR	1,8%	1,7%	1,8%	1,8%	1,2%	1,0%		891	582	937	159	63	57		0,9 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	
INSTAGRAM - pago	2,7%	1,2%	0,9%					295	173	307					1,8 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.				
INSTAGRAM - gratuito	95,7%	95,2%	93,8%	100,0%	95,9%	96,3%		295	173	307	36	19	18		2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,7 p.p.	0,0 p.p.	9,0 p.p.	8,8 p.p.	
INSTAGRAM - NS/NR	1,6%	3,7%	5,4%		4,1%	3,7%		295	173	307	19	18			1,4 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.		9,0 p.p.	8,8 p.p.	
LINKEDIN - pago	2,1%	0,8%	1,2%		3,2%			250	137	316		15			1,8 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.		8,9 p.p.		
LINKEDIN - gratuito	94,3%	98,9%	96,1%	100,0%	96,8%	94,1%	100,0%	250	137	316	41	15	13	2	2,9 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	0,0 p.p.	8,9 p.p.	12,8 p.p.	0,0 p.p.
LINKEDIN - NS/NR	3,6%	0,4%	2,7%		5,9%			250	137	316		13			2,3 p.p.	1,0 p.p.	1,8 p.p.		12,8 p.p.		
GOOGLE PLUS - pago	4,0%		1,1%					148		163					3,1 p.p.		1,6 p.p.				
GOOGLE PLUS - gratuito	89,0%	91,6%	90,4%	90,0%	93,4%	95,7%	100,0%	148	101	163	28	17	11	1	5,0 p.p.	5,4 p.p.	4,5 p.p.	11,1 p.p.	11,8 p.p.	11,9 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE PLUS - NS/NR	7,1%	8,4%	8,5%	10,0%	6,6%	4,3%		148	101	163	28	17	11		4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,3 p.p.	11,1 p.p.	11,8 p.p.	11,9 p.p.	
TWITTER - pago	2,0%	0,4%	1,1%					152	87	143					2,2 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.				
TWITTER - gratuito	96,2%	94,4%	95,8%	97,9%	97,5%	96,9%		152	87	143	24	14	13		3,0 p.p.	4,8 p.p.	3,3 p.p.	5,7 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
TWITTER - NS/NR	1,8%	3,1%	3,1%	2,1%	2,5%	3,1%		152	87	143	24	14	13		2,1 p.p.	4,7 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
PINTEREST - pago	2,1%	2,6%	1,3%					110	92	151					2,7 p.p.	3,2 p.p.	1,8 p.p.				
PINTEREST - gratuito	95,5%	94,8%	94,1%	100,0%	100,0%	100,0%		110	92	151	13	10	6		3,9 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
PINTEREST - NS/NR	2,4%	2,6%	4,7%					110	92	151					2,8 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.				
MYSAPCE - pago	1,8%							24							5,2 p.p.						
MYSAPCE - gratuito	98,2%	100,0%		41,1%	100,0%			24	10	17	2	5			5,2 p.p.	0,0 p.p.	7,7 p.p.	68,2 p.p.	0,0 p.p.		
MYSAPCE - NS/NR			2,7%	58,9%						17	2						7,7 p.p.	68,2 p.p.			
FLIRCK - pago	3,0%		3,3%					17		19					8,2 p.p.		8,1 p.p.				
FLIRCK - gratuito	97,0%	100,0%	92,9%	100,0%	100,0%	100,0%		17	12	19	2	4	2		8,2 p.p.	0,0 p.p.	11,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
FLIRCK - NS/NR			3,8%							19							8,6 p.p.				
TUMBLR - pago	4,4%	0,7%	2,0%					64	38	74					5,0 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.				
TUMBLR - gratuito	95,0%	97,9%	94,5%	100,0%	100,0%	100,0%		64	38	74	4	6	2		5,4 p.p.	4,5 p.p.	5,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
TUMBLR - NS/NR	0,6%	1,4%	3,5%					64	38	74					2,0 p.p.	3,7 p.p.	4,2 p.p.				
OUTRO - pago	16,9%							13							20,4 p.p.						
OUTRO - gratuito	83,1%	100,0%	100,0%	100,0%				13	3	5	2				20,4 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.			
OUTRO - NS/NR																					

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

Sim	4,1%	5,5%	4,4%	3,2%	2,2%	13,2%	48,2%	886	576	939	160	64	57	8	1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	8,8 p.p.	34,6 p.p.
Não	74,4%	71,8%	71,1%	72,0%	82,7%	63,7%	51,8%	886	576	939	160	64	57	8	2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	9,3 p.p.	12,5 p.p.	34,6 p.p.
NS/NR	21,4%	22,8%	24,5%	24,8%	15,1%	23,1%		886	576	939	160	64	57		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	6,7 p.p.	8,8 p.p.	10,9 p.p.	

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

média	5,7	10,5	5,4	5,9	5,5	22,8	4,8	32	27	48	4	4	5	3	1,7	9,2	1,7	3,0	3,1	35,8	0,8
-------	-----	------	-----	-----	-----	------	-----	----	----	----	---	---	---	---	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos

DROPBOX - pago	1,1%	2,0%	1,1%	2,1%		4,0%		441	294	493	68		38		1,0 p.p.	1,6 p.p.	0,9 p.p.	3,4 p.p.		6,2 p.p.	
DROPBOX - gratuito	96,9%	97,5%	95,7%	93,8%	100,0%	88,2%	100,0%	441	294	493	68	35	38	7	1,6 p.p.	1,8 p.p.	1,8 p.p.	5,7 p.p.	0,0 p.p.	10,3 p.p.	0,0 p.p.
DROPBOX - NS/NR	2,0%	0,5%	3,2%	4,1%		7,8%		441	294	493	68		38		1,3 p.p.	0,8 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.		8,5 p.p.	
GOOGLE DRIVE - pago	2,1%	1,3%	0,8%	2,2%		2,4%		400	231	451	66		27		1,4 p.p.	1,5 p.p.	0,8 p.p.	3,5 p.p.		5,8 p.p.	
GOOGLE DRIVE - gratuito	91,2%	97,1%	93,9%	93,7%	100,0%	93,5%	100,0%	400	231	451	66	27	27	9	2,8 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,9 p.p.	0,0 p.p.	9,3 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	6,7%	1,6%	5,3%	4,2%		4,1%		400	231	451	66		27		2,5 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	4,8 p.p.		7,4 p.p.	
ONEDRIVE - pago	1,3%	4,0%	2,0%			5,9%		193	112	178			12		1,6 p.p.	3,6 p.p.	2,1 p.p.			13,3 p.p.	
ONEDRIVE - gratuito	94,1%	93,8%	93,3%	93,1%	100,0%	94,1%	87,9%	193	112	178	37	12	12	4	3,3 p.p.	4,5 p.p.	3,7 p.p.	8,2 p.p.	0,0 p.p.	13,3 p.p.	31,9 p.p.
ONEDRIVE - NS/NR	4,6%	2,2%	4,7%	6,9%		12,1%		193	112	178	37		12	4	2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	8,2 p.p.		31,9 p.p.	
ICLOUD - pago	4,7%	7,0%	0,8%	3,5%		5,8%		109	68	123	13		8		4,0 p.p.	6,1 p.p.	1,5 p.p.	9,9 p.p.		16,2 p.p.	
ICLOUD - gratuito	90,2%	79,2%	95,2%	96,5%	100,0%	94,2%	100,0%	109	68	123	13	10	8	2	5,6 p.p.	9,6 p.p.	3,8 p.p.	9,9 p.p.	0,0 p.p.	16,2 p.p.	0,0 p.p.
ICLOUD - NS/NR	5,0%	13,8%	4,0%					109	68	123					4,1 p.p.	8,2 p.p.	3,5 p.p.				
MEO CLOUD - pago	6,6%		4,8%	6,1%				91		104	34				5,1 p.p.		4,1 p.p.	8,1 p.p.			
MEO CLOUD - gratuito	93,4%	97,1%	88,9%	87,0%	100,0%	100,0%	100,0%	91	59	104	34	10	9	5	5,1 p.p.	4,3 p.p.	6,0 p.p.	11,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
MEO CLOUD - NS/NR		2,9%	6,2%	6,8%					59	104	34					4,3 p.p.	4,6 p.p.	8,5 p.p.			
GOOGLE HANGOUTS - pago	5,3%							42							6,7 p.p.						
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	87,5%	95,3%	91,8%	100,0%	100,0%	92,6%	100,0%	42	25	61	12	2	4	2	10,0 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	25,6 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	7,2%	4,7%	8,2%			7,4%		42	25	61			4		7,8 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.			25,6 p.p.	
OFFICE 365 - pago	14,1%	17,7%	15,5%	2,5%	32,1%	84,1%	100,0%	94	45	93	22	5	3	2	7,0 p.p.	11,1 p.p.	7,4 p.p.	6,5 p.p.	40,9 p.p.	41,4 p.p.	0,0 p.p.
OFFICE 365 - gratuito	74,5%	82,3%	81,8%	93,6%	67,9%	15,9%		94	45	93	22	5	3		8,8 p.p.	11,1 p.p.	7,8 p.p.	10,2 p.p.	40,9 p.p.	41,4 p.p.	
OFFICE 365 - NS/NR	11,4%		2,7%	3,9%				94		93	22				6,4 p.p.		3,3 p.p.	8,1 p.p.			
TEAM VIEWER - pago	2,5%		1,8%		16,1%			96		72		3			3,1 p.p.		3,1 p.p.		41,5 p.p.		
TEAM VIEWER - gratuito	90,6%	100,0%	97,3%	91,6%	83,9%	100,0%	100,0%	96	45	72	17	3	4	1	5,8 p.p.	0,0 p.p.	3,8 p.p.	13,2 p.p.	41,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
TEAM VIEWER - NS/NR	6,9%		0,9%	8,4%				96		72	17				5,1 p.p.		2,2 p.p.	13,2 p.p.			
SALESFORCE - pago			11,5%							7											
SALESFORCE - gratuito	100,0%	100,0%	78,4%					2	1	7											
SALESFORCE - NS/NR			10,1%							7											
OUTRO - pago	15,9%		2,7%					20		22					16,0 p.p.			6,7 p.p.			
OUTRO - gratuito	84,1%	100,0%	94,3%	100,0%		100,0%		20	5	22	1		1		16,0 p.p.	0,0 p.p.	9,7 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
média	10,4	6,1	8,0	5,3		5,3	5,0	52	26	49	12		3	1	6,3	2,2	2,0	1,3	0,0	1,4	0,0
Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																					
SKYPE - tráfego de dados tráfego de dad	35,8%	16,0%	25,2%	20,2%	27,5%	32,6%		171	111	232	44	16	14		7,2 p.p.	6,8 p.p.	5,6 p.p.	11,9 p.p.	21,9 p.p.	24,5 p.p.	
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	45,8%	58,1%	46,9%	66,0%	52,7%	34,4%		171	111	232	44	16	14		7,5 p.p.	9,2 p.p.	6,4 p.p.	14,0 p.p.	24,5 p.p.	24,9 p.p.	
SKYPE - NS/NR	18,4%	25,9%	27,9%	13,8%	19,8%	33,0%	100,0%	171	111	232	44	16	14	1	5,8 p.p.	8,1 p.p.	5,8 p.p.	10,2 p.p.	19,5 p.p.	24,6 p.p.	0,0 p.p.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de	33,3%	100,0%	10,3%	14,9%				13	1	12	3				25,6 p.p.	0,0 p.p.	17,2 p.p.	40,2 p.p.			
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratui	61,1%		71,1%	70,5%				13		12	3				26,5 p.p.		25,6 p.p.	51,6 p.p.			
SKYPEOUT - NS/NR	5,6%		18,6%	14,6%				13		12	3				12,5 p.p.		22,0 p.p.	39,9 p.p.			
FACETIME - tráfego de dados tráfego de	23,9%	12,7%	21,9%	4,7%		56,0%		48	24	59	9		2		12,1 p.p.	13,3 p.p.	10,6 p.p.	13,8 p.p.		68,8 p.p.	
FACETIME - tráfego de dados não gratui	63,2%	37,2%	59,2%	83,7%				48	24	59	9				13,6 p.p.	19,3 p.p.	12,5 p.p.	24,1 p.p.			
FACETIME - NS/NR	12,9%	50,2%	18,8%	11,6%		44,0%		48	24	59	9		2		9,5 p.p.	20,0 p.p.	10,0 p.p.	20,9 p.p.		68,8 p.p.	
VIBER - tráfego de dados tráfego de dad	28,0%	17,2%	26,2%	3,5%	7,8%			76	36	101	17	4			10,1 p.p.	12,3 p.p.	8,6 p.p.	8,8 p.p.	26,2 p.p.		
VIBER - tráfego de dados não gratuito	50,2%	60,8%	55,2%	83,9%	92,2%	68,4%		76	36	101	17	4	4		11,2 p.p.	15,9 p.p.	9,7 p.p.	17,5 p.p.	26,2 p.p.	45,5 p.p.	
VIBER - NS/NR	21,8%	22,0%	18,6%	12,5%		31,6%		76	36	101	17		4		9,3 p.p.	13,5 p.p.	7,6 p.p.	15,7 p.p.		45,5 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego d	24,3%	27,0%	31,1%	11,1%	11,0%	13,6%		95	51	157	29	5	13		8,6 p.p.	12,2 p.p.	7,2 p.p.	11,4 p.p.	27,5 p.p.	18,6 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados não gratu	57,3%	66,6%	54,5%	67,9%	77,9%	37,3%		95	51	157	29	5	13		9,9 p.p.	12,9 p.p.	7,8 p.p.	17,0 p.p.	36,3 p.p.	26,3 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR	18,4%	6,4%	14,4%	21,0%	11,0%	49,1%		95	51	157	29	5	13		7,8 p.p.	6,7 p.p.	5,5 p.p.	14,8 p.p.	27,5 p.p.	27,2 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	28,8%	22,3%	35,2%	14,1%	22,8%	17,3%		170	118	221	43	14	17		6,8 p.p.	7,5 p.p.	6,3 p.p.	10,4 p.p.	22,0 p.p.	18,0 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dai	46,5%	61,1%	45,9%	66,1%	72,3%	52,5%		170	118	221	43	14	17		7,5 p.p.	8,8 p.p.	6,6 p.p.	14,1 p.p.	23,4 p.p.	23,7 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	24,8%	16,6%	18,9%	19,7%	4,9%	30,2%	100,0%	170	118	221	43	14	17	1	6,5 p.p.	6,7 p.p.	5,2 p.p.	11,9 p.p.	11,3 p.p.	21,8 p.p.	0,0 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego d	29,1%	38,0%	35,3%		55,5%			46	24	67		2			13,1 p.p.	19,4 p.p.	11,4 p.p.		68,8 p.p.		
HANGOUTS - tráfego de dados não gratu	38,2%	33,6%	50,8%	73,7%	44,5%	46,0%		46	24	67	9	2	4		14,0 p.p.	18,9 p.p.	12,0 p.p.	28,8 p.p.		48,8 p.p.	
HANGOUTS - NS/NR	32,8%	28,4%	14,0%	26,3%		54,0%		46	24	67	9		4		13,6 p.p.	18,0 p.p.	8,3 p.p.	28,8 p.p.		48,8 p.p.	
WECHAT - tráfego de dados tráfego de d	51,6%	44,2%	26,1%					20	5	9					21,9 p.p.	43,5 p.p.	28,7 p.p.				
WECHAT - tráfego de dados não gratui	23,7%	55,8%	61,3%	100,0%	100,0%			20	5	9	2	1			18,6 p.p.	43,5 p.p.	31,8 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
WECHAT - NS/NR	24,6%		12,5%					20		9					18,9 p.p.		21,6 p.p.				
QQ - tráfego de dados tráfego de dados	41,1%	28,5%	15,6%					13	4	7					26,7 p.p.	44,2 p.p.	26,8 p.p.				
QQ - tráfego de dados não gratuito	31,4%	56,7%	68,6%					13	4	7					25,2 p.p.	48,5 p.p.	34,4 p.p.				
QQ - NS/NR	27,5%	14,7%	15,9%					13	4	7					24,3 p.p.	34,7 p.p.	27,1 p.p.				
LINE - tráfego de dados tráfego de dado:	32,6%	19,0%	45,7%					15	6	10					23,7 p.p.	31,4 p.p.	30,9 p.p.				
LINE - tráfego de dados não gratuito	33,7%	71,2%	35,6%			100,0%		15	6	10			2		23,9 p.p.	36,2 p.p.	29,7 p.p.			0,0 p.p.	
LINE - NS/NR	33,7%	9,8%	18,7%					15	6	10					23,9 p.p.	23,8 p.p.	24,2 p.p.				
TANGO - tráfego de dados tráfego de da	50,5%		40,7%					11		8					29,5 p.p.		34,0 p.p.				
TANGO - tráfego de dados não gratuito	35,9%		33,0%					11		8					28,3 p.p.		32,6 p.p.				
TANGO - NS/NR	13,5%	100,0%	26,3%					11	1	8					20,2 p.p.	0,0 p.p.	30,5 p.p.				
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da	42,5%		21,4%					3		4											
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	57,5%	84,9%	67,3%	89,2%				3	3	4	4										
OUTRO - NS/NR	15,1%	11,3%	10,8%					3	3	4	4										
Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																					
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	26,2%	20,5%	32,6%	21,9%	66,0%	20,7%		142	77	243	35	9	19		7,2 p.p.	9,0 p.p.	5,9 p.p.	13,7 p.p.	30,9 p.p.	18,2 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados não gratu	61,7%	63,5%	55,7%	68,3%	26,9%	51,8%		142	77	243	35	9	19		8,0 p.p.	10,7 p.p.	6,2 p.p.	15,4 p.p.	29,0 p.p.	22,5 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR	12,1%	16,0%	11,7%	9,7%	7,1%	27,5%		142	77	243	35	9	19		5,4 p.p.	8,2 p.p.	4,0 p.p.	9,8 p.p.	16,8 p.p.	20,1 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	29,0%	24,0%	35,5%	29,2%	35,5%	28,7%	82,7%	299	183	356	70	27	26	2	5,1 p.p.	6,2 p.p.	5,0 p.p.	10,6 p.p.	18,1 p.p.	17,4 p.p.	52,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dai	49,3%	51,2%	50,8%	55,5%	36,6%	59,4%	17,3%	299	183	356	70	27	26	2	5,7 p.p.	7,2 p.p.	5,2 p.p.	11,6 p.p.	18,2 p.p.	18,9 p.p.	52,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	21,6%	24,8%	13,7%	15,4%	27,8%	12,0%		299	183	356	70	27	26		4,7 p.p.	6,3 p.p.	3,6 p.p.	8,4 p.p.	16,9 p.p.	12,5 p.p.	
SKYPE - tráfego de dados gratuito	34,8%	27,5%	37,2%	40,6%	43,4%	26,9%	100,0%	141	96	168	37	12	16	1	7,9 p.p.	8,9 p.p.	7,3 p.p.	15,8 p.p.	28,0 p.p.	21,7 p.p.	0,0 p.p.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	51,0%	52,1%	48,3%	47,8%	41,1%	48,0%		141	96	168	37	12	16		8,3 p.p.	10,0 p.p.	7,6 p.p.	16,1 p.p.	27,8 p.p.	24,5 p.p.	
SKYPE - NS/NR	14,3%	20,5%	14,6%	11,6%	15,5%	25,1%		141	96	168	37	12	16		5,8 p.p.	8,1 p.p.	5,3 p.p.	10,3 p.p.	20,5 p.p.	21,3 p.p.	
VIBER - tráfego de dados gratuito	21,2%	29,1%	30,4%	9,9%	51,7%			70	33	78	11	5			9,6 p.p.	15,5 p.p.	10,2 p.p.	17,6 p.p.	43,8 p.p.		
VIBER - tráfego de dados não gratuito	58,5%	55,9%	56,4%	71,0%	41,5%	66,5%		70	33	78	11	5	6		11,5 p.p.	16,9 p.p.	11,0 p.p.	26,8 p.p.	43,2 p.p.	37,8 p.p.	
VIBER - NS/NR	20,3%	15,0%	13,1%	19,1%	6,7%	33,5%		70	33	78	11	5	6		9,4 p.p.	12,2 p.p.	7,5 p.p.	23,2 p.p.	22,0 p.p.	37,8 p.p.	
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	26,6%	14,7%	35,0%	3,9%		100,0%		57	26	86	11	1			11,5 p.p.	13,6 p.p.	10,1 p.p.	11,5 p.p.	0,0 p.p.		
HANGOUTS - tráfego de dados não grat	57,4%	68,0%	52,1%	52,5%				57	26	86	11		2		12,8 p.p.	17,9 p.p.	10,6 p.p.	29,5 p.p.		0,0 p.p.	
HANGOUTS - NS/NR	16,0%	17,3%	12,9%	43,6%				57	26	86	11				9,5 p.p.	14,5 p.p.	7,1 p.p.	29,3 p.p.			
WECHAT - tráfego de dados gratuito	89,3%							6													
WECHAT - tráfego de dados não gratui	4,1%	100,0%	61,4%	100,0%				6	1	6	1										
WECHAT - NS/NR	6,6%		38,6%					6		6											
LINE - tráfego de dados gratuito	39,8%							5													
LINE - tráfego de dados não gratuito	50,9%	9,6%	83,9%					5	3	4											
LINE - NS/NR	9,2%	90,4%	16,1%					5	3	4											
QQ - tráfego de dados gratuito	100,0%							2													
QQ - tráfego de dados não gratuito			27,1%							2											
QQ - NS/NR			72,9%							2											
TANGO - tráfego de dados gratuito	88,7%		77,8%					4		2											
TANGO - tráfego de dados não gratuito	11,3%		22,2%					4		2	2										
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - tráfego de dados gratuito	15,6%	32,5%</																			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de	24,0%	16,7%	22,4%	23,6%	32,9%	15,5%	62,2%	319	219	393	75	26	30	3	4,7 p.p.	4,9 p.p.	4,1 p.p.	9,6 p.p.	18,1 p.p.	12,9 p.p.	54,9 p.p.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuit	61,7%	66,1%	61,8%	64,9%	59,9%	72,9%	28,5%	319	219	393	75	26	30	3	5,3 p.p.	6,3 p.p.	4,8 p.p.	10,8 p.p.	18,8 p.p.	15,9 p.p.	51,1 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	14,2%	17,2%	15,8%	11,5%	7,2%	11,7%	9,3%	319	219	393	75	26	30	3	3,8 p.p.	5,0 p.p.	3,6 p.p.	7,2 p.p.	9,9 p.p.	11,5 p.p.	32,9 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de d	18,9%	13,1%	20,0%	56,4%	28,3%		100,0%	83	56	120	15	8		1	8,4 p.p.	8,8 p.p.	7,2 p.p.	25,1 p.p.	31,2 p.p.		0,0 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	78,1%	74,3%	71,8%	37,7%	71,7%	100,0%		83	56	120	15	8	3		8,9 p.p.	11,4 p.p.	8,0 p.p.	24,5 p.p.	31,2 p.p.	0,0 p.p.	
SPOTIFY - NS/NR	2,9%	12,6%	8,2%	5,9%				83	56	120	15				3,6 p.p.	8,7 p.p.	4,9 p.p.	11,9 p.p.			
VINE - tráfego de dados tráfego de dado	11,8%		13,8%		100,0%		100,0%	13		26		1		1	17,5 p.p.		13,3 p.p.		0,0 p.p.		0,0 p.p.
VINE - tráfego de dados não gratuito	72,1%	100,0%	80,0%	100,0%		100,0%		13	2	26	5		2		24,4 p.p.	0,0 p.p.	15,4 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	
VINE - NS/NR	16,2%		6,2%					13		26					20,0 p.p.		9,3 p.p.				
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dai	10,0%	11,8%	19,4%		40,6%	4,3%	100,0%	51	29	57		4	6	1	8,2 p.p.	11,8 p.p.	10,3 p.p.		48,1 p.p.	16,2 p.p.	0,0 p.p.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	73,6%	60,2%	66,6%	100,0%	17,9%	95,7%		51	29	57	5	4	6		12,1 p.p.	17,8 p.p.	12,2 p.p.	0,0 p.p.	37,6 p.p.	16,2 p.p.	
VIMEO - NS/NR	16,5%	28,0%	14,0%		41,5%			51	29	57	4	4			10,2 p.p.	16,3 p.p.	9,0 p.p.		48,3 p.p.		
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego	72,1%		35,3%	64,7%	100,0%		100,0%	15		23	2	1		1	22,7 p.p.		19,5 p.p.	66,2 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gra	23,9%	43,4%	24,9%	35,3%		74,9%		15	9	23	2		3		21,6 p.p.	32,4 p.p.	17,7 p.p.	66,2 p.p.		49,1 p.p.	
APPLE MUSIC - NS/NR	4,0%	56,6%	39,8%			25,1%		15	9	23			3		9,9 p.p.	32,4 p.p.	20,0 p.p.			49,1 p.p.	
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego	72,3%	67,1%	60,7%	57,4%	100,0%	41,4%	100,0%	34	29	65	20	4	6	1	15,0 p.p.	17,1 p.p.	11,9 p.p.	21,7 p.p.	0,0 p.p.	39,4 p.p.	0,0 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gra	19,6%	30,4%	23,0%	28,7%		58,6%		34	29	65	20		6		13,3 p.p.	16,7 p.p.	10,2 p.p.	19,8 p.p.		39,4 p.p.	
MEO MUSICA - NS/NR	8,1%	2,5%	16,3%	13,9%				34	29	65	20				9,2 p.p.	5,6 p.p.	9,0 p.p.	15,2 p.p.			
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de t	31,1%	14,9%	26,9%	7,8%	48,9%	12,4%	100,0%	36	24	57	11	3	9	1	15,1 p.p.	14,3 p.p.	11,5 p.p.	15,9 p.p.	56,6 p.p.	21,5 p.p.	0,0 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuit	62,6%	62,8%	50,3%	92,2%	21,6%	60,2%		36	24	57	11	3	9		15,8 p.p.	19,3 p.p.	13,0 p.p.	15,9 p.p.	46,5 p.p.	32,0 p.p.	
RTP PLAY - NS/NR	6,2%	22,3%	22,8%		29,5%	27,4%		36	24	57	3	9			7,9 p.p.	16,6 p.p.	10,9 p.p.		51,6 p.p.	29,1 p.p.	
MEO GO - tráfego de dados tráfego de d	51,3%	42,2%	54,8%	50,9%	66,2%	23,2%	100,0%	34	27	58	19	5	4	1	16,8 p.p.	18,6 p.p.	12,8 p.p.	22,5 p.p.	41,4 p.p.	41,4 p.p.	0,0 p.p.
MEO GO - tráfego de dados não gratuitc	40,9%	53,6%	28,5%	39,1%	33,8%	70,0%		34	27	58	19	5	4		16,5 p.p.	18,8 p.p.	11,6 p.p.	21,9 p.p.	41,4 p.p.	44,9 p.p.	
MEO GO - NS/NR	7,9%	4,2%	16,7%	10,0%		6,8%		34	27	58	19	4	4		9,1 p.p.	7,6 p.p.	9,6 p.p.	13,5 p.p.		24,7 p.p.	
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego di	43,3%	21,1%	30,2%	11,2%	100,0%	2,4%	100,0%	28	24	56	10	1	7	1	18,4 p.p.	16,3 p.p.	12,0 p.p.	19,6 p.p.	0,0 p.p.	11,2 p.p.	0,0 p.p.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratu	38,4%	52,1%	42,0%	88,8%		61,6%		28	24	56	10		7		18,0 p.p.	20,0 p.p.	12,9 p.p.	19,6 p.p.		36,0 p.p.	
TVI PLAYER - NS/NR	18,2%	26,8%	27,7%			36,0%		28	24	56			7		14,3 p.p.	17,7 p.p.	11,7 p.p.			35,6 p.p.	
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfeg	23,6%	17,4%	3,0%		59,1%		100,0%	29	17	34		3		1	15,4 p.p.	18,0 p.p.	5,7 p.p.		55,6 p.p.		0,0 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gr	58,5%	68,4%	69,8%		40,9%	100,0%		29	17	34		3	1		17,9 p.p.	22,1 p.p.	15,4 p.p.		55,6 p.p.	0,0 p.p.	
SOUNDCLOUD - NS/NR	18,0%	14,2%	27,2%	100,0%				29	17	34	1				14,0 p.p.	16,6 p.p.	15,0 p.p.	0,0 p.p.			
METACAFE - tráfego de dados tráfego de	28,2%	61,6%						8	3						8						
METACAFE - tráfego de dados não gratu	63,5%	38,4%	69,6%	100,0%				8	3	4	1				8						
METACAFE - NS/NR	8,3%		30,4%					8		4					8						
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dad	80,6%							2							2						
TIDAL - tráfego de dados não gratuito	19,4%							2							2						
TIDAL - NS/NR			100,0%							1											
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de	100,0%				100,0%			1				1									
RHAPSODY - tráfego de dados não gratu			61,7%																		
RHAPSODY - NS/NR			38,3%																		
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da	10,6%		34,4%					13		12					16,7 p.p.		26,9 p.p.				
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	84,6%	100,0%	61,2%	100,0%				13	6	12	2				19,6 p.p.	0,0 p.p.	27,6 p.p.	0,0 p.p.			
OUTRO - NS/NR	4,9%		4,3%		100,0%			13		12		1			11,7 p.p.		11,5 p.p.		0,0 p.p.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Norte Centro Lisboa Alentejo Algarve Madeira Açores Norte Centro Lisboa Alentejo Algarve Madeira Açores Norte Centro Lisboa Alentejo Algarve Madeira Açores

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

MEO	7,6	7,3	7,6	7,3	7,6	7,4	7,4	536	497	602	188	67	41	13	0,2	0,2	0,2	0,3	0,5	0,5	0,8
NOS	7,7	7,7	7,7	7,4	7,9	7,9	8,0	600	258	738	61	38	70	8	0,2	0,3	0,2	0,6	0,8	0,5	0,9
Vodafone	8,3	8,1	8,5	7,8	8,4	7,0		348	131	363	18	11	2		0,2	0,4	0,2	1,5	1,1	2,0	0,0
Cabovisão	6,5	7,5	7,4	6,9	7,1			42	103	72	29	5			0,9	0,6	0,7	0,9	0,8	0,0	0,0
Outro	6,8	9,0						7	1												

Satisfação com o operador de Internet móvel

MEO	7,7	7,1	7,5	7,2	7,9	7,8	6,4	184	162	320	90	34	35	4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5	0,6	2,5
NOS	7,7	7,2	7,8	7,3	7,8	7,3		195	89	226	32	7	14		0,4	0,6	0,3	0,7	1,6	0,6	0,0
Vodafone	7,6	7,8	8,1	7,0	8,7	7,5		206	133	184	16	9	3		0,3	0,4	0,3	1,4	1,0	0,7	0,0
Moche	8,5	9,6	7,2	5,8	4,0			7	3	15	2	1			1,6	0,8	1,4	0,7	0,0	0,0	0,0
Yorn	7,7	6,9	7,9		5,0			35	17	19		1			0,9	0,6	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Lycamobile		5,0	6,0						1	1											
Continente Mobile		6,0							1												
UZO		7,0	6,5						1	3											
Phone-ix																					
Outro	8,2	7,2	8,9	6,8				16	3	7	2				1,4	3,7	1,1	0,6	0,0	0,0	0,0

Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa

Adequação dos tarifários	50,9%	42,9%	46,3%	51,4%	35,8%	57,8%	20,3%	601	320	666	87	40	31	9	4,0 p.p.	5,4 p.p.	3,8 p.p.	10,5 p.p.	14,9 p.p.	17,4 p.p.	26,3 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	34,9%	33,3%	33,6%	30,5%	38,8%	25,7%	74,9%	601	320	666	87	40	31	9	3,8 p.p.	5,2 p.p.	3,6 p.p.	9,7 p.p.	15,1 p.p.	15,4 p.p.	28,3 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	49,6%	46,1%	43,9%	43,3%	43,2%	56,5%	68,7%	601	320	666	87	40	31	9	4,0 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	10,4 p.p.	15,3 p.p.	17,4 p.p.	30,3 p.p.
Atendimento	39,6%	36,7%	37,0%	29,8%	40,6%	45,9%	58,7%	601	320	666	87	40	31	9	3,9 p.p.	5,3 p.p.	3,7 p.p.	9,6 p.p.	15,2 p.p.	17,5 p.p.	32,2 p.p.
Clareza e transparência da informação fi	31,4%	21,2%	23,3%	25,6%	22,4%	22,3%	26,7%	601	320	666	87	40	31	9	3,7 p.p.	4,5 p.p.	3,2 p.p.	9,2 p.p.	12,9 p.p.	14,7 p.p.	28,9 p.p.
Cobertura e velocidade	75,1%	69,6%	72,7%	68,4%	74,8%	61,4%	85,4%	601	320	666	87	40	31	9	3,5 p.p.	5,0 p.p.	3,4 p.p.	9,8 p.p.	13,5 p.p.	17,1 p.p.	23,1 p.p.
Credibilidade	36,9%	25,6%	30,9%	28,2%	26,2%	33,4%	55,4%	601	320	666	87	40	31	9	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	9,4 p.p.	13,6 p.p.	16,6 p.p.	32,5 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	41,7%	28,6%	37,0%	39,9%	31,9%	48,8%	54,1%	601	320	666	87	40	31	9	3,9 p.p.	4,9 p.p.	3,7 p.p.	10,3 p.p.	14,4 p.p.	17,6 p.p.	32,6 p.p.
É uma empresa inovadora	20,6%	16,4%	12,4%	27,3%	2,2%	30,3%	9,2%	601	320	666	87	40	31	9	3,2 p.p.	4,1 p.p.	2,5 p.p.	9,4 p.p.	4,5 p.p.	16,2 p.p.	18,9 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	28,6%	25,3%	22,9%	25,3%	22,8%	23,2%	22,9%	601	320	666	87	40	31	9	3,6 p.p.	4,8 p.p.	3,2 p.p.	9,1 p.p.	13,0 p.p.	14,9 p.p.	27,4 p.p.
Preços	53,7%	46,7%	50,1%	50,0%	51,6%	60,1%	44,3%	601	320	666	87	40	31	9	4,0 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	10,5 p.p.	15,5 p.p.	17,2 p.p.	32,4 p.p.
Proximidade aos clientes	19,1%	16,0%	12,4%	15,0%	30,1%	31,3%		601	320	666	87	40	31	9	3,1 p.p.	4,0 p.p.	2,5 p.p.	7,6 p.p.	6,9 p.p.	16,1 p.p.	30,3 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	45,6%	44,7%	43,4%	53,4%	48,2%	39,2%	58,6%	601	320	666	87	40	31	9	4,0 p.p.	5,4 p.p.	3,8 p.p.	10,5 p.p.	15,5 p.p.	17,2 p.p.	32,2 p.p.
Relação qualidade/preço	47,1%	44,6%	44,4%	38,4%	46,2%	49,0%	29,9%	601	320	666	87	40	31	9	4,0 p.p.	5,4 p.p.	3,8 p.p.	10,2 p.p.	15,4 p.p.	17,6 p.p.	29,9 p.p.
Outros	0,6%	0,4%	0,1%	1,9%				601	320	666	87				0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,3 p.p.	2,9 p.p.			
NS/NR	0,5%	0,1%	0,3%					601	320	666					0,6 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.				

Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa

Preços/ Mensalidade/ Promoções	53,6%	58,6%	53,5%	63,5%	31,3%	63,1%	17,4%	193	141	195	47	17	17	5	7,0 p.p.	8,1 p.p.	7,0 p.p.	13,8 p.p.	22,0 p.p.	22,9 p.p.	33,2 p.p.
Credibilidade do operador	15,5%	9,2%	15,7%	19,6%	18,2%	11,8%		193	141	195	47	17	17	5	5,1 p.p.	4,8 p.p.	5,1 p.p.	11,3 p.p.	18,3 p.p.	15,3 p.p.	
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	52,1%	60,3%	69,6%	56,1%	64,5%	85,8%	94,0%	193	141	195	47	17	17	5	7,0 p.p.	8,1 p.p.	6,5 p.p.	14,2 p.p.	22,7 p.p.	16,6 p.p.	20,7 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	31,2%	36,2%	43,8%	31,8%	36,5%	48,8%	23,4%	193	141	195	47	17	17	5	6,5 p.p.	7,9 p.p.	7,0 p.p.	13,3 p.p.	22,9 p.p.	23,8 p.p.	37,1 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	48,7%	51,1%	47,1%	61,0%	44,0%	58,7%	61,2%	193	141	195	47	17	17	5	7,0 p.p.	8,2 p.p.	7,0 p.p.	13,9 p.p.	23,6 p.p.	23,4 p.p.	42,7 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid	33,0%	39,8%	41,0%	51,2%	51,2%	36,8%		193	141	195	47	17	17		6,6 p.p.	8,1 p.p.	6,9 p.p.	14,3 p.p.	23,8 p.p.	22,9 p.p.	
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	23,9%	21,3%	18,9%	19,0%	16,6%	23,3%		193	141	195	47	17	17		6,0 p.p.	6,8 p.p.	5,5 p.p.	11,2 p.p.	17,7 p.p.	20,1 p.p.	
Alternativas na concorrência	24,2%	18,2%	25,5%	28,9%	11,4%	17,7%		193	141	195	47	17	17		6,0 p.p.	6,4 p.p.	6,1 p.p.	13,0 p.p.	15,1 p.p.	18,1 p.p.	
Preço de chamadas de apoio ao cliente	30,1%	22,3%	35,3%	29,7%	37,8%	7,6%	17,4%	193	141	195	47	17	17	5	6,5 p.p.	6,9 p.p.	6,7 p.p.	13,1 p.p.	23,0 p.p.	12,6 p.p.	33,2 p.p.
Relação qualidade/preço	28,2%	26,4%	31,6%	20,1%	43,2%	17,1%	17,4%	193	141	195	47	17	17	5	6,3 p.p.	7,3 p.p.	6,5 p.p.	11,5 p.p.	23,5 p.p.	17,9 p.p.	33,2 p.p.
Outros		0,6%	0,6%						141	195								1,1 p.p.			
NS/NR	1,4%		0,5%	0,8%	1,2%			193		195	47	17			1,7 p.p.		1,0 p.p.	2,5 p.p.	5,2 p.p.		

Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel

Adequação dos tarifários	71,2%	66,8%	62,2%	45,5%	66,8%	45,6%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,0 p.p.	8,2 p.p.	5,7 p.p.	18,1 p.p.	23,8 p.p.	28,2 p.p.	0,0 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	35,2%	51,2%	37,7%	42,5%	62,8%	32,5%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,4 p.p.	8,7 p.p.	5,7 p.p.	18,0 p.p.	24,5 p.p.	26,5 p.p.	0,0 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	36,7%	44,1%	39,0%	29,9%	14,0%	11,9%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,4 p.p.	8,6 p.p.	5,7 p.p.	16,7 p.p.	17,6 p.p.	18,3 p.p.	0,0 p.p.
Atendimento	40,9%	50,8%	31,7%	27,7%	37,1%	6,7%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,6 p.p.	8,7 p.p.	5,5 p.p.	16,3 p.p.	24,4 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Clareza e transparência da informação fi	32,6%	41,0%	26,3%	22,8%	32,0%	6,7%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,2 p.p.	8,6 p.p.	5,2 p.p.	15,3 p.p.	23,6 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Cobertura e velocidade	71,3%	74,1%	74,8%	68,4%	39,5%	84,1%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,0 p.p.	7,6 p.p.	5,1 p.p.	16,9 p.p.	24,7 p.p.	20,7 p.p.	0,0 p.p.
Credibilidade	41,0%	45,0%	32,7%	16,9%	16,6%	16,6%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,6 p.p.	8,6 p.p.	5,5 p.p.	12,8 p.p.	19,0 p.p.	21,1 p.p.	0,0 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	49,7%	33,2%	32,9%	40,2%	25,4%	38,5%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,7 p.p.	8,2 p.p.	5,5 p.p.	17,8 p.p.	22,0 p.p.	27,5 p.p.	0,0 p.p.
É uma empresa inovadora	25,7%	30,0%	19,8%	13,3%	2,1%	6,7%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	5,8 p.p.	8,0 p.p.	4,7 p.p.	12,4 p.p.	7,3 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	27,2%	42,1%	29,3%	13,1%	26,2%	36,4%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	5,9 p.p.	8,6 p.p.	5,3 p.p.	12,3 p.p.	22,3 p.p.	27,2 p.p.	0,0 p.p.
Preços	62,1%	58,8%	53,5%	42,3%	47,2%	45,2%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,5 p.p.	8,6 p.p.	5,9 p.p.	18,0 p.p.	25,3 p.p.	28,2 p.p.	0,0 p.p.
Proximidade aos clientes	20,8%	21,1%	20,1%	15,5%	23,2%	6,7%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	5,4 p.p.	7,1 p.p.	4,7 p.p.	13,2 p.p.	21,4 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	37,5%	51,7%	43,8%	21,7%	36,8%	55,1%	100,0%	216	127	278	29	15	12	1	6,5 p.p.	8,7 p.p.	5,8 p.p.	15,0 p.p.	24,4 p.p.	28,1 p.p.	0,0 p.p.
Relação qualidade/preço	46,8%	49,9%	38,8%	33,2%	45,7%	43,9															

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Preços/ Mensalidade/ Promoções	77,0%	64,1%	56,1%	76,5%	91,0%	63,4%		83	63	77	19	9	9		9,1 p.p.	11,8 p.p.	11,1 p.p.	19,1 p.p.	18,7 p.p.	31,5 p.p.	
Credibilidade do operador	9,1%	11,4%	17,4%	15,6%		59,8%		83	63	77	19		9		6,2 p.p.	7,9 p.p.	8,5 p.p.	16,3 p.p.		32,0 p.p.	
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	43,2%	42,8%	35,6%	59,0%	15,5%	94,5%	88,5%	83	63	77	19	9	9	2	10,7 p.p.	12,2 p.p.	10,7 p.p.	22,1 p.p.	23,7 p.p.	14,9 p.p.	44,2 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	10,4%	12,7%	27,5%	32,1%	6,0%	32,1%	11,5%	83	63	77	19	9	9	2	6,6 p.p.	8,2 p.p.	10,0 p.p.	21,0 p.p.	15,5 p.p.	30,5 p.p.	44,2 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	38,0%	50,8%	45,5%	56,1%	37,0%	77,4%	88,5%	83	63	77	19	9	9	2	10,4 p.p.	12,3 p.p.	11,1 p.p.	22,3 p.p.	31,5 p.p.	27,3 p.p.	44,2 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid	37,7%	41,2%	28,9%	43,0%	6,0%	17,3%		83	63	77	19	9	9		10,4 p.p.	12,1 p.p.	10,1 p.p.	22,3 p.p.	15,5 p.p.	24,7 p.p.	
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	15,1%	28,3%	20,0%	27,2%	6,5%	41,4%		83	63	77	19	9	9		7,7 p.p.	11,1 p.p.	8,9 p.p.	20,0 p.p.	16,1 p.p.	32,2 p.p.	
Alternativas na concorrência	19,9%	16,9%	15,6%	20,7%	18,7%	41,4%		83	63	77	19	9	9		8,6 p.p.	9,3 p.p.	8,1 p.p.	18,2 p.p.	25,5 p.p.	32,2 p.p.	
Preço de chamadas de apoio ao cliente	20,5%	31,2%	29,8%	20,8%	36,4%	52,4%		83	63	77	19	9	9		8,7 p.p.	11,4 p.p.	10,2 p.p.	18,2 p.p.	31,4 p.p.	32,6 p.p.	
Relação qualidade/preço	24,2%	25,2%	31,4%	31,0%	40,7%	32,1%		83	63	77	19	9	9		9,2 p.p.	10,7 p.p.	10,4 p.p.	20,8 p.p.	32,1 p.p.	30,5 p.p.	
Outros	2,7%	0,5%	2,8%	2,1%				83	63	77	19				3,5 p.p.	1,7 p.p.	3,7 p.p.	6,4 p.p.			
NS/NR	3,1%		2,4%					83		77					3,7 p.p.		3,4 p.p.				

Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado

Voiz:																					
1 - 5	7,3%	7,1%	9,7%	11,6%	6,3%	7,8%	5,4%	535	347	649	124	45	53	6	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	7,1 p.p.	7,2 p.p.	18,0 p.p.
6 - 8	59,0%	61,1%	62,7%	64,3%	69,7%	65,6%	54,5%	535	347	649	124	45	53	6	4,2 p.p.	5,1 p.p.	3,7 p.p.	8,4 p.p.	13,4 p.p.	12,8 p.p.	39,8 p.p.
9 - 10	33,7%	31,8%	27,6%	24,1%	24,0%	26,6%	40,1%	535	347	649	124	45	53	6	4,0 p.p.	4,9 p.p.	3,4 p.p.	7,5 p.p.	12,5 p.p.	11,9 p.p.	39,2 p.p.
média	7,8	7,8	7,6	7,6	7,8	7,9	8,0	545	355	668	125	45	54	6	0,2	0,2	0,2	0,4	0,5	0,4	0,9

Vídeo:																					
1 - 5	7,7%	5,5%	9,3%	8,5%	8,5%			411	308	531	91	41			2,6 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	8,5 p.p.		
6 - 8	63,2%	66,3%	68,8%	66,4%	74,2%	65,8%	75,8%	411	308	531	91	41	45	7	4,7 p.p.	5,3 p.p.	3,9 p.p.	9,7 p.p.	13,4 p.p.	13,9 p.p.	31,7 p.p.
9 - 10	29,2%	28,2%	21,9%	25,1%	17,4%	34,2%	24,2%	411	308	531	91	41	45	7	4,4 p.p.	5,0 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	11,6 p.p.	13,9 p.p.	31,7 p.p.
média	7,7	7,7	7,4	7,6	7,6	8,3	8,1	414	311	540	91	42	46	7	0,2	0,2	0,2	0,5	0,5	0,3	0,5

Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
1 - 5	3,5%	3,8%	2,6%	3,8%	1,3%	0,8%	9,0%	874	524	996	177	79	72	12	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	16,2 p.p.
6 - 8	46,8%	47,0%	48,8%	52,0%	48,6%	46,6%	32,3%	874	524	996	177	79	72	12	3,2 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	26,4 p.p.
9 - 10	49,7%	48,6%	48,0%	43,7%	50,1%	52,6%	58,8%	874	524	996	177	79	72	12	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	27,9 p.p.
média	8,3	8,2	8,3	8,0	8,5	8,4	7,9	874	524	996	177	79	72	12	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4	0,3	1,2

Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado																					
1 - 5	3,0%	4,5%	3,6%	2,6%		5,4%	16,7%	888	588	1036	179		70	11	1,1 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	2,3 p.p.		5,3 p.p.	22,0 p.p.
6 - 8	48,3%	48,5%	51,1%	60,4%	36,0%	57,3%	60,4%	888	588	1036	179	73	70	11	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,6 p.p.	28,9 p.p.
9 - 10	48,4%	46,9%	44,8%	43,3%	64,0%	37,4%	22,9%	888	588	1036	179	73	70	11	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,3 p.p.	24,8 p.p.
média	8,4	8,2	8,1	8,1	8,8	8,1	7,2	888	588	1036	179	73	70	11	0,1	0,2	0,1	0,3	0,3	0,4	1,1

Satisfação com a rede social mais utilizada																					
1 - 5	4,8%	4,9%	5,7%	2,7%	11,2%	11,8%		915	594	974	164	67	58		1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,5 p.p.	7,5 p.p.	8,3 p.p.	
6 - 8	54,9%	60,1%	57,5%	56,9%	50,4%	50,4%	83,8%	915	594	974	164	67	58	8	3,2 p.p.	3,9 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,8 p.p.	12,9 p.p.	25,6 p.p.
9 - 10	40,1%	34,6%	36,6%	40,4%	29,3%	37,8%	16,2%	915	594	974	164	67	58	8	3,2 p.p.	3,8 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	10,9 p.p.	12,5 p.p.	25,6 p.p.
média	8,0	7,9	7,9	8,0	7,7	7,7	7,7	915	594	974	164	67	58	8	0,1	0,2	0,1	0,2	0,6	0,5	0,6

Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
1 - 5	2,5%	2,6%	2,9%	4,7%	1,4%	6,7%	9,7%	690	431	799	122	55	51	10	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,8 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	18,4 p.p.
6 - 8	50,7%	51,8%	52,7%	59,8%	40,2%	51,0%	25,4%	690	431	799	122	55	51	10	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	8,7 p.p.	13,0 p.p.	13,7 p.p.	27,0 p.p.
9 - 10	46,5%	45,4%	42,5%	35,5%	58,4%	42,2%	64,9%	690	431	799	122	55	51	10	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,5 p.p.	13,0 p.p.	13,6 p.p.	29,6 p.p.
média	8,3	8,3	8,2	8,1	8,7	8,3	8,2	690	431	799	122	55	51	10	0,1	0,1	0,1	0,3	0,5	0,5	1,0

Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																					
1 - 5	0,4%	0,8%	2,4%	1,0%	1,7%	4,5%		932	596	1021	161	70	59		0,4 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,3 p.p.	
6 - 8	31,1%	35,7%	33,4%	36,7%	41,8%	31,0%	61,5%	932	596	1021	161	70	59	13	3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,9 p.p.	7,4 p.p.	11,6 p.p.	11,8 p.p.	26,5 p.p.
9 - 10	68,3%	63,5%	64,1%	62,3%	56,4%	64,5%	38,5%	932	596	1021	161	70	59	13	3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,6 p.p.	12,2 p.p.	26,5 p.p.
média	8,9	8,8	8,7	8,8	8,6	8,7	8,5	932	596	1021	161	70	59	13	0,1	0,1	0,1	0,2	0,6	0,4	0,4

Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado																					
Voiz:																					
Quebras de ligação	63,9%	55,9%	43,7%	79,2%	80,2%	13,1%		39	31	61	10	3	5		15,1 p.p.	17,5 p.p.	12,4 p.p.	25,2 p.p.	45,1 p.p.	29,6 p.p.	
Qualidade do serviço	4,4%	20,2%	5,6%	8,1%	57,0%	42,2%	100,0%	39	31	61	10	3	5	1	6,5 p.p.	14,1 p.p.	5,8 p.p.	16,9 p.p.	56,0 p.p.	43,3 p.p.	0,0 p.p.
Delay na transmissão de dados	2,6%	10,5%	8,1%	2,3%				39	31	61	10				5,0 p.p.	10,8 p.p.	6,9 p.p.	9,3 p.p.			
Tamanho/ peso da aplicação	1,2%	4,5%	1,4%					39	31	61					3,5 p.p.	7,3 p.p.	3,0 p.p.				
Outros motivos	19,5%	8,4%	10,0%	13,8%		33,5%		39	31	61	10		5		12,4 p.p.	9,8 p.p.	7,5 p.p.	21,4 p.p.		41,4 p.p.	
NS/NR	11,5%	12,3%	32,8%	4,8%	19,8%	11,2%		39	31	61	10	3	5		10,0 p.p.	11,6 p.p.	11,8 p.p.	13,2 p.p.	45,1 p.p.	27,6 p.p.	

Vídeo:																					
Quebras de ligação	72,4%	41,3%	53,3%	47,3%	18,7%			30	23	50	7	3			16,0 p.p.	20,1 p.p.	13,8 p.p.	37,0 p.p.	44,1 p.p.		
Qualidade do serviço	16,0%	25,1%	29,4%	57,8%	81,3%			30	23	50	7	3			13,1 p.p.	17,7 p.p.	12,6 p.p.	36,6 p.p.	44,1 p.p.		
Delay na transmissão de dados	11,0%	16,1%	1,3%	38,5%				30	23	50	7				11,2 p.p.	15,0 p.p.	3,1 p.p.	36,0 p.p.			
Tamanho/ peso da aplicação			1,9%							50							3,8 p.p.				
Outros motivos	5,6%	1,1%	1,9%					30	23	50					8,3 p.p.	4,2 p.p.		3,8 p.p.			
NS/NR	2,4%	27,6%	25,9%	9,6%				30	23	50	7				5,5 p.p.	18,3 p.p.	12,1 p.p.	21,8 p.p.			

Váriáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Quebras de ligação	26,4%	18,5%	34,6%	87,9%	100,0%			31	17	29	5	1			15,5 p.p.	18,4 p.p.	17,3 p.p.	28,6 p.p.	0,0 p.p.		
Qualidade do serviço	5,2%	6,7%		4,5%				31	17		5				7,8 p.p.	11,9 p.p.		18,1 p.p.			
Delay na transmissão de dados	2,5%	3,1%	16,0%					31	17	29					5,5 p.p.	8,3 p.p.	13,3 p.p.				
Poucas funcionalidades	5,3%	3,1%	1,2%			100,0%		31	17	29		1			7,9 p.p.	8,3 p.p.	4,0 p.p.			0,0 p.p.	
Tamanho/ peso da aplicação	6,6%		1,6%					31		29					8,7 p.p.		4,6 p.p.				
Outros motivos	20,7%	26,7%	28,2%				100,0%	31	17	29				1	14,2 p.p.	21,0 p.p.	16,4 p.p.				0,0 p.p.
NS/NR	34,8%	41,8%	28,5%	12,1%				31	17	29	5				16,8 p.p.	23,4 p.p.	16,4 p.p.	28,6 p.p.			
Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado																					
Quebras de ligação	46,9%	19,0%	22,8%			65,4%	26,4%	27	25	47			5	2	18,8 p.p.	15,4 p.p.	12,0 p.p.			41,7 p.p.	61,1 p.p.
Qualidade do serviço	7,5%	10,3%	9,9%			32,7%		27	25	47			5		10,0 p.p.	11,9 p.p.	8,5 p.p.			41,1 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios	1,7%	45,2%	15,8%	51,9%		7,2%	73,6%	27	25	47	3		5	2	4,9 p.p.	19,5 p.p.	10,4 p.p.	56,5 p.p.		22,6 p.p.	61,1 p.p.
Pouco espaço de armazenamento						15,8%							5								32,0 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação	1,7%		1,7%					27		47					4,9 p.p.		3,7 p.p.				
Outros motivos	9,6%	1,6%	7,3%			27,5%		27	25	47			5		11,1 p.p.	4,9 p.p.	7,5 p.p.			39,1 p.p.	
NS/NR	33,8%	28,8%	46,0%	48,1%				27	25	47	3				17,8 p.p.	17,7 p.p.	14,2 p.p.	56,5 p.p.			
Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada																					
Quebras de ligação	12,5%	11,3%	17,5%		3,3%	6,3%		53	33	63		4	6		8,9 p.p.	10,8 p.p.	9,4 p.p.		17,4 p.p.	19,5 p.p.	
Qualidade do serviço	4,6%	7,3%	7,3%			5,3%		53	33	63			6		5,6 p.p.	8,9 p.p.	6,4 p.p.			17,9 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios	13,0%	7,7%	13,1%		61,1%			53	33	63		4			9,0 p.p.	9,1 p.p.	8,3 p.p.		47,8 p.p.		
Política de privacidade	20,2%	16,4%	22,2%		15,6%	88,4%		53	33	63		4	6		10,8 p.p.	12,6 p.p.	10,3 p.p.		35,6 p.p.	25,6 p.p.	
Utilização do serviço por parte de outro:	22,5%		13,5%	8,7%				53	33	63	6				11,2 p.p.	6,5 p.p.	8,4 p.p.	22,6 p.p.			
Outros motivos	8,0%	1,9%	2,6%	17,6%	20,0%			53	33	63	6	4			7,3 p.p.	4,7 p.p.	3,9 p.p.	30,4 p.p.	39,2 p.p.		
NS/NR	37,7%	54,2%	36,5%	73,7%		5,3%		53	33	63	6		6		13,0 p.p.	17,0 p.p.	11,9 p.p.	35,2 p.p.		17,9 p.p.	
Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Quebras de ligação	12,1%	11,0%	21,7%		30,5%	24,4%	100,0%	15	12	25		2	3	1	16,5 p.p.	17,7 p.p.	16,2 p.p.		63,8 p.p.	48,6 p.p.	0,0 p.p.
Qualidade do serviço	2,7%	10,0%	5,2%					15	12	25					8,3 p.p.	17,0 p.p.					
Política de privacidade			5,5%	44,5%						25	4						8,9 p.p.	48,7 p.p.			
Capacidade de armazenamento	13,3%	5,0%	13,6%	44,5%				15	12	25	4				17,2 p.p.	12,3 p.p.	13,4 p.p.	48,7 p.p.			
Outros motivos	29,7%	32,3%	31,7%		69,5%			15	12	25		2			23,1 p.p.	26,5 p.p.	18,2 p.p.		63,8 p.p.		
NS/NR	42,1%	46,7%	25,6%	11,0%		75,6%		15	12	25	4		3		25,0 p.p.	28,2 p.p.	17,1 p.p.	30,7 p.p.		48,6 p.p.	
Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																					
Quebras de ligação	49,6%		7,7%			19,3%		4		22			3		49,0 p.p.		11,1 p.p.			44,6 p.p.	
Qualidade do serviço/ Qualidade dos res:	10,8%		20,8%			64,8%		4		22			3		30,5 p.p.		16,9 p.p.			54,1 p.p.	
Política de privacidade	10,1%	8,3%			100,0%			4	5			1			29,6 p.p.	24,1 p.p.		0,0 p.p.			
Excesso de publicidade/ anúncios																					
Outros motivos	29,5%		4,8%					4		22					44,7 p.p.		9,0 p.p.				
NS/NR		91,7%	66,7%	100,0%		16,0%			5	22	2		3			24,1 p.p.	19,7 p.p.	0,0 p.p.		41,5 p.p.	
Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado																					
Voz e pago:																					
1 - 5	32,3%	14,1%						24	11						18,7 p.p.	20,6 p.p.					
6 - 8	39,8%	54,5%	52,3%	100,0%		100,0%		24	11	19	6		2		19,6 p.p.	29,4 p.p.	22,5 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	
9 - 10	27,9%	31,4%	47,7%		100,0%		100,0%	24	11	19		1		1	17,9 p.p.	27,4 p.p.	22,5 p.p.		0,0 p.p.		0,0 p.p.
média	6,9	6,8	8,4	7,4	10,0	7,1	9,0	25,0	11,0	21,0	6,0	1,0	2,0	1,0	1,1	1,1	0,7	0,6	0,0	2,0	0,0
Vídeo e pago:																					
1 - 5	32,2%	23,8%	5,8%					15	7	21					23,6 p.p.	31,6 p.p.	10,0 p.p.				
6 - 8	31,4%	66,6%	73,9%	100,0%		100,0%		15	7	21	2			1	23,5 p.p.	34,9 p.p.	18,8 p.p.	0,0 p.p.			0,0 p.p.
9 - 10	36,5%	9,6%	20,4%		100,0%			15	7	21		1			24,4 p.p.	21,8 p.p.	17,2 p.p.		0,0 p.p.		
média	7,5	6,0	7,3	8,0	10,0	8,0		15,0	8,0	22,0	3,0	1,0		1,0	1,3	1,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Voz e gratuito:																					
1 - 5	6,6%	9,1%	8,3%	7,6%	7,7%	8,0%	6,3%	480	317	601	104	40	47	4	2,2 p.p.	3,2 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	8,2 p.p.	7,7 p.p.	23,8 p.p.
6 - 8	58,5%	57,0%	58,5%	57,4%	48,6%	45,9%	50,7%	480	317	601	104	40	47	4	4,4 p.p.	5,4 p.p.	3,9 p.p.	9,5 p.p.	15,5 p.p.	14,2 p.p.	49,0 p.p.
9 - 10	34,9%	33,9%	33,2%	35,0%	43,7%	46,2%	43,0%	480	317	601	104	40	47	4	4,3 p.p.	5,2 p.p.	3,8 p.p.	9,2 p.p.	15,4 p.p.	14,3 p.p.	48,5 p.p.
média	7,9	7,7	7,8	7,7	8,1	8,0	7,7	506,0	331,0	629,0	113,0	43,0	50,0	5,0	0,2	0,2	0,2	0,5	0,5	0,5	1,6
Vídeo e gratuito:																					
1 - 5	8,6%	4,4%	8,4%	15,0%	13,5%	3,7%		379	278	488	82	37	44		2,8 p.p.	2,4 p.p.	2,5 p.p.	7,7 p.p.	11,0 p.p.	5,5 p.p.	
6 - 8	58,2%	58,1%	61,8%	50,5%	65,3%	48,9%	75,3%	379	278	488	82	37	44	6	5,0 p.p.	5,8 p.p.	4,3 p.p.	10,8 p.p.	15,3 p.p.	14,8 p.p.	34,5 p.p.
9 - 10	33,2%	37,5%	29,9%	34,5%	21,2%	47,5%	24,7%	379	278	488	82	37	44	6	4,7 p.p.	5,7 p.p.	4,1 p.p.	10,3 p.p.	13,2 p.p.	14,8 p.p.	34,5 p.p.
média	7,8	8,0	7,7	7,6	7,4	8,2	7,8	391,0	289,0	508,0	84,0	41,0	45,0	6,0	0,2	0,2	0,2	0,6	0,7	0,5	0,8
Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Pago:																					
1 - 5	9,5%	23,4%	7,9%				100,0%	25	11	21				1	11,5 p.p.	25,0 p.p.	11,5 p.p.				0,0 p.p.
6 - 8	45,9%	46,1%	54,0%	93,1%				25	11	21	8				19,5 p.p.	29,5 p.p.	21,3 p.p.	17,6 p.p.			
9 - 10	44,6%	30,6%	38,1%	6,9%	100,0%	100,0%		25	11	21	8	2	1		19,5 p.p.	27,2 p.p.	20,8 p.p.	17,6 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
média	7,9	7,1	7,9	8,0	10,0	9,0	5,0	25,0	11,0	21,0	8,0	3,0	1,0	1,0	0,9	1,6	0,8	0,3	0,0	0,0	0,0
Gratuito:																					
1 - 5	1,9%	1,7%	2,3%	3,7%	4,8%		11,2%	819	500	947	159	76		11	0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,9 p.p.	4,8 p.p.		18,6 p.p.
6 - 8	44,3%	42,3%	43,8%	53,9%	39,2%	50,5%	2,3%	819	500	947	159	76	69	11	3,4 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,0 p.p.	11,8 p.p.	8,8 p.p.
9 - 10	53,8%	56,0%	53,9%	42,5%	55,9%	49,5%	86,6%	819	500	947	159	76	69	11	3,4 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,2 p.p.	11,8 p.p.	20,2 p.p.
média	8,5	8,6	8,5	8,0	8,6	8,6	8,6	822,0	501,0	951,0	161,0	76,0	69,0	11,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,4	0,3	0,9

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado

Pago:

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	
1 - 5			9,0%							29							10,4 p.p.					
6 - 8	48,4%	96,3%	62,0%	66,3%		64,3%	100,0%	22	11	29	4		2	1	20,9 p.p.	11,2 p.p.	17,7 p.p.	46,3 p.p.		66,4 p.p.	0,0 p.p.	
9 - 10	51,6%	3,7%	29,1%	33,7%	100,0%	35,7%		22	11	29	4	1	2		20,9 p.p.	11,2 p.p.	16,5 p.p.	46,3 p.p.	0,0 p.p.	66,4 p.p.		
média	8,5	7,5	7,7	8,3	10,0	8,4	8,0	22,0	11,0	29,0	4,0	1,0	2,0	1,0	0,4	0,5	0,5	1,3	0,0	0,9	0,0	

Gratuito:

1 - 5	2,4%	3,1%	3,6%	1,4%	1,0%	4,7%	12,5%	844	562	986	165	72	66	10	1,0 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,8 p.p.	2,3 p.p.	5,1 p.p.	20,5 p.p.
6 - 8	47,2%	43,4%	48,9%	50,9%	38,2%	60,6%	62,6%	844	562	986	165	72	66	10	3,4 p.p.	4,1 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	11,8 p.p.	30,0 p.p.
9 - 10	50,4%	53,6%	47,4%	47,7%	60,8%	34,7%	24,9%	844	562	986	165	72	66	10	3,4 p.p.	4,1 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,3 p.p.	11,5 p.p.	26,8 p.p.
média	8,4	8,4	8,3	8,3	8,8	8,1	7,4	849,0	565,0	991,0	165,0	72,0	66,0	10,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,3	1,1

Qualidade apercebida da rede social mais utilizada

Pago:

1 - 5	11,3%	33,6%	8,9%					13	12	16					17,2 p.p.	26,7 p.p.	14,0 p.p.				
6 - 8	86,2%	59,0%	87,3%	100,0%	100,0%			13	12	16	3	1			18,7 p.p.	27,8 p.p.	16,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
9 - 10	2,5%	7,4%	3,8%					13	12	16					8,5 p.p.	14,8 p.p.	9,4 p.p.				
média	6,2	6,1	7,4	7,5	8,0			13,0	12,0	16,0	3,0	1,0			1,3	1,0	0,8	0,8	0,0	0,0	0,0

Gratuito:

1 - 5	2,1%	2,9%	4,0%	1,4%	1,6%	1,4%		884	575	938	160	64	57		0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,8 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	
6 - 8	49,2%	50,2%	48,5%	53,0%	61,1%	45,3%	83,8%	884	575	938	160	64	57	8	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,9 p.p.	12,9 p.p.	25,6 p.p.
9 - 10	48,7%	46,9%	47,5%	45,6%	37,4%	53,3%	16,2%	884	575	938	160	64	57	8	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,9 p.p.	13,5 p.p.	25,6 p.p.
média	8,4	8,3	8,2	8,4	8,2	8,4	7,9	886,0	576,0	939,0	160,0	64,0	57,0	8,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,5	0,3	0,6

Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Pago:

1 - 5	10,0%		12,8%			40,3%		26		22			4		11,5 p.p.		14,0 p.p.				48,1 p.p.
6 - 8	33,9%	70,0%	28,5%	100,0%	100,0%	59,7%		26	8	22	3	1	4		18,2 p.p.	31,7 p.p.	18,9 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		48,1 p.p.
9 - 10	56,1%	30,0%	58,6%				100,0%	26	8	22				1	19,1 p.p.	31,7 p.p.	20,6 p.p.				0,0 p.p.
média	8,1	7,6	8,2	7,9	6,0	6,8	9,0	26,0	8,0	23,0	3,0	1,0	4,0	1,0	1,3	1,0	1,3	0,3	0,0	1,7	0,0

Gratuito:

1 - 5	1,7%	1,5%	1,7%	0,8%			10,4%	649	415	745	116			9	1,0 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.			19,9 p.p.
6 - 8	48,4%	46,0%	53,0%	58,7%	35,7%	45,2%	27,0%	649	415	745	116	54	43	9	3,8 p.p.	4,8 p.p.	3,6 p.p.	9,0 p.p.	12,8 p.p.	14,9 p.p.	29,0 p.p.
9 - 10	49,9%	52,5%	45,3%	40,5%	64,3%	54,8%	62,6%	649	415	745	116	54	43	9	3,8 p.p.	4,8 p.p.	3,6 p.p.	8,9 p.p.	12,8 p.p.	14,9 p.p.	31,6 p.p.
média	8,5	8,3	8,3	8,2	8,8	8,7	8,4	649,0	418,0	754,0	117,0	54,0	43,0	9,0	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4	0,4	1,3

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	47,5%	52,6%	48,0%	55,7%	45,2%	57,8%	47,8%	633	424	779	142	57	62	8	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,2 p.p.	12,9 p.p.	12,3 p.p.	34,6 p.p.
Não	52,5%	47,4%	52,0%	44,3%	54,8%	42,2%	52,2%	633	424	779	142	57	62	8	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,2 p.p.	12,9 p.p.	12,3 p.p.	34,6 p.p.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	23,6%	17,3%	22,4%	19,3%	11,9%	15,1%	16,0%	313	220	406	78	29	32	6	4,7 p.p.	5,0 p.p.	4,1 p.p.	8,8 p.p.	11,8 p.p.	12,4 p.p.	29,3 p.p.
Operador de Internet	36,4%	43,2%	35,0%	22,2%	42,2%	49,3%	23,8%	313	220	406	78	29	32	6	5,3 p.p.	6,5 p.p.	4,6 p.p.	9,2 p.p.	18,0 p.p.	17,3 p.p.	34,1 p.p.
Operador de Internet e serviço	37,4%	37,9%	40,3%	57,5%	37,3%	35,6%	60,2%	313	220	406	78	29	32	6	5,4 p.p.	6,4 p.p.	4,8 p.p.	11,0 p.p.	17,6 p.p.	16,6 p.p.	39,2 p.p.
Dispositivo utilizado	0,4%	0,7%	0,8%	0,5%				313	220	406	78				0,7 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.			
Outros	1,0%	1,0%	1,2%	0,5%	8,7%			313	220	406	78	29			1,1 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	10,2 p.p.		
NS/NR	1,3%		0,3%					313		406					1,3 p.p.		0,6 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	35,6%	38,3%	37,9%	35,9%	43,0%	47,6%	27,8%	874	524	996	177	79	72	12	3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	10,9 p.p.	11,5 p.p.	25,3 p.p.
Não	64,4%	61,7%	62,1%	64,1%	57,0%	52,4%	72,2%	874	524	996	177	79	72	12	3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	10,9 p.p.	11,5 p.p.	25,3 p.p.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	15,8%	23,0%	21,3%	22,8%	6,4%	25,7%		322	190	350	62	35	32		4,0 p.p.	6,0 p.p.	4,3 p.p.	10,4 p.p.	8,1 p.p.	15,1 p.p.	
Operador de Internet	40,7%	37,2%	32,4%	26,5%	41,7%	50,3%	32,4%	322	190	350	62	35	32	2	5,4 p.p.	6,9 p.p.	4,9 p.p.	11,0 p.p.	16,3 p.p.	17,3 p.p.	64,8 p.p.
Operador de Internet e serviço	42,7%	39,3%	43,8%	50,1%	30,7%	24,0%	67,6%	322	190	350	62	35	32	2	5,4 p.p.	6,9 p.p.	5,2 p.p.	12,4 p.p.	15,3 p.p.	14,8 p.p.	64,8 p.p.
Dispositivo utilizado	0,8%	0,5%	1,7%	0,6%				322	190	350	62				1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.			
Outros			0,6%		21,1%					350		35					0,8 p.p.		13,5 p.p.		
NS/NR			0,1%							350							0,4 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

Sim	47,2%	49,9%	46,7%	51,0%	47,9%	60,4%	33,8%	888	588	1036	179	73	70	11	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,5 p.p.	11,5 p.p.	28,0 p.p.
Não	52,8%	50,1%	53,3%	49,0%	52,1%	39,6%	66,2%	888	588	1036	179	73	70	11	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,5 p.p.	11,5 p.p.	28,0 p.p.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	13,0%	8,0%	13,0%	8,5%	9,7%	7,1%	5,2%	416	313	502	96	38	42	6	3,2 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	5,6 p.p.	9,4 p.p.	7,8 p.p.	17,7 p.p.
Operador de Internet	48,7%	58,6%	46,6%	47,9%	58,6%	55,4%	81,8%	416	313	502	96	38	42	6	4,8 p.p.	5,5 p.p.	4,4 p.p.	10,0 p.p.	15,7 p.p.	15,0 p.p.	30,9 p.p.
Operador de Internet e serviço	35,5%	31,3%	39,1%	43,0%	29,7%	36,9%	13,0%	416	313	502	96	38	42	6	4,6 p.p.	5,1 p.p.	4,3 p.p.	9,9 p.p.	14,5 p.p.	14,6 p.p.	26,9 p.p.
Dispositivo utilizado	1,7%	1,9%	1,2%	0,7%		0,5%		416	313	502	96	38	42		1,2 p.p.	1,5 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	3,1 p.p.	2,2 p.p.	
Outros	0,5%	0,2%	0,1%		1,0%			416	313	502		38			0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.		3,2 p.p.		
NS/NR	0,6%		0,2%					416		502					0,7 p.p.		0,4 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada

Sim	46,8%	46,8%	49,8%	52,6%	45,0%	47,0%	28,0%	915	594	974	164	67	58	8	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,9 p.p.	12,8 p.p.	31,1 p.p.
Não	53,2%	53,2%	50,2%	47,4%	55,0%	53,0%	72,0%	915	594	974	164	67	58	8	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,9 p.p.	12,8 p.p.	31,1 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	18,3%	25,2%	15,1%	7,2%	5,1%	8,2%	26,3%	447	297	495	89	28	29	5	3,6 p.p.	4,9 p.p.	3,2 p.p.	5,4 p.p.	8,2 p.p.	10,0 p.p.	38,6 p.p.
Operador de Internet	40,5%	40,1%	34,8%	47,7%	44,4%	71,1%	40,5%	447	297	495	89	28	29	5	4,5 p.p.	5,6 p.p.	4,2 p.p.	10,4 p.p.	18,4 p.p.	16,5 p.p.	43,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	39,7%	32,5%	47,7%	44,6%	50,5%	20,7%	33,2%	447	297	495	89	28	29	5	4,5 p.p.	5,3 p.p.	4,4 p.p.	10,3 p.p.	18,5 p.p.	14,8 p.p.	41,3 p.p.
Dispositivo utilizado	1,5%	1,5%	1,3%	0,5%				447	297	495	89				1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.			
Outros	0,0%		1,1%					447		495					0,2 p.p.		0,9 p.p.				
NS/NR		0,6%							297							0,9 p.p.					
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Sim	20,0%	18,2%	16,9%	27,9%	9,0%	28,3%	9,7%	690	431	799	122	55	51	10	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.	8,0 p.p.	7,6 p.p.	12,4 p.p.	18,4 p.p.
Não	80,0%	81,8%	83,1%	72,1%	91,0%	71,7%	90,3%	690	431	799	122	55	51	10	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.	8,0 p.p.	7,6 p.p.	12,4 p.p.	18,4 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	17,7%	21,3%	16,0%	13,3%	8,9%	5,8%		139	85	150	31	9	16		6,3 p.p.	8,7 p.p.	5,9 p.p.	12,0 p.p.	18,6 p.p.	11,5 p.p.	
Operador de Internet	34,7%	52,0%	43,2%	44,6%	37,4%	73,9%	100,0%	139	85	150	31	9	16	1	7,9 p.p.	10,6 p.p.	7,9 p.p.	17,5 p.p.	31,6 p.p.	21,5 p.p.	0,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	47,0%	26,1%	40,4%	42,0%	53,7%	20,3%		139	85	150	31	9	16		8,3 p.p.	9,3 p.p.	7,9 p.p.	17,4 p.p.	32,6 p.p.	19,7 p.p.	
Dispositivo utilizado	0,4%		0,3%					139		150					1,0 p.p.		0,9 p.p.				
Outros	0,3%							139							0,8 p.p.						
NS/NR		0,6%							85							1,7 p.p.					
Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																					
Sim	31,4%	28,6%	35,5%	37,8%	26,9%	43,2%	9,6%	932	596	1021	161	70	59	13	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	10,4 p.p.	12,6 p.p.	16,0 p.p.
Não	68,6%	71,4%	64,5%	62,2%	73,1%	56,8%	90,4%	932	596	1021	161	70	59	13	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	10,4 p.p.	12,6 p.p.	16,0 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	7,0%	8,6%	5,0%	5,8%	6,0%			304	197	339	59	21			2,9 p.p.	3,9 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	10,2 p.p.		
Operador de Internet	55,0%	62,8%	55,3%	70,4%	26,4%	58,5%	60,5%	304	197	339	59	21	24	3	5,6 p.p.	6,7 p.p.	5,3 p.p.	11,6 p.p.	18,8 p.p.	19,7 p.p.	55,3 p.p.
Operador de Internet e serviço	36,6%	25,9%	37,4%	23,1%	53,1%	41,5%	39,5%	304	197	339	59	21	24	3	5,4 p.p.	6,1 p.p.	5,1 p.p.	10,7 p.p.	21,3 p.p.	19,7 p.p.	55,3 p.p.
Dispositivo utilizado	1,3%	2,6%	2,1%	0,7%	1,4%			304	197	339	59	21			1,3 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.		
Outros	0,0%		0,3%		13,1%			304		339		21			0,2 p.p.		0,5 p.p.		14,4 p.p.		
NS/NR																					

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:																					
Min.	200.001.126	113.564.183	221.135.866	58.450.786	22.297.317	37.275.803	1.816.521	633	424	779	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2528756	1596507	2385862	555584	285960	375915	44002	633	424	779	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	79,1	71,1	92,7	105,2	78,0	99,2	41,3	633	424	779	142	57	62	8	12,7	12,0	14,3	45,6	35,7	53,5	48,1
Consumo Presente:																					
Min.	207.346.186	112.687.727	213.761.578	56.978.808	19.971.349	36.736.349	1.900.549	633	424	779	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2530476	1598034	2387153	556445	286122	376145	44209	633	424	779	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	81,9	70,5	89,5	102,4	69,8	97,7	43,0	633	424	779	142	57	62	8	11,7	10,8	13,0	38,3	25,4	48,5	47,0
Consumo Futuro:																					
Min.	219.939.591	122.110.890	225.932.081	59.855.663	19.879.646	38.279.003	1.984.976	633	424	779	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2532196	1599561	2388445	557307	286284	376375	44417	633	424	779	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	86,9	76,3	94,6	107,4	69,4	101,7	44,7	633	424	779	142	57	62	8	12,8	12,8	13,5	42,8	25,3	50,3	44,2
Evolução Passado-Presente		4%	-1%	-3%	-3%	-10%	5%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro		6%	8%	6%	5%	0%	4%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:																					
Min.	338.452.911	222.173.622	400.105.659	63.705.105	36.563.793	45.290.472	18.338.409	874	524	996	177	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2971105	1854623	2844274	649708	350818	398610	71490	874	524	996	177	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	113,9	119,8	140,7	98,1	104,2	113,6	256,5	874	524	996	177	79	72	12	12,9	15,6	38,5	24,1	37,2	39,3	232,7
Consumo Presente:																					
Min.	361.286.689	247.375.948	355.730.254	68.323.164	35.560.950	45.900.147	20.495.728	874	524	996	177	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2971779	1855280	2845009	649851	350895	398809	71503	874	524	996	177	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	121,6	133,3	125,0	105,1	101,3	115,1	286,6	874	524	996	177	79	72	12	13,9	18,7	15,0	26,0	36,9	39,5	273,5
Consumo Futuro:																					
Min.	376.054.448	255.282.955	370.332.767	68.559.097	39.938.689	51.081.543	18.693.838	874	524	996	177	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2972453	1855937	2845745	649994	350972	399007	71517	874	524	996	177	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	126,5	137,5	130,1	105,5	113,8	128,0	261,4	874	524	996	177	79	72	12	14,9	19,3	15,4	25,2	47,6	46,5	231,6
Evolução Passado-Presente		7%	11%	-11%	7%	-3%	12%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro		4%	3%	4%	0%	12%	11%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)

Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:																					
Min.	292.284.986	197.433.564	265.782.165	79.277.284	45.157.349	38.328.805	7.134.749	888	588	1036	179	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3044633	1998709	2889856	733953	308975	400535	57039	888	588	1036	179	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	96,0	98,8	92,0	108,0	146,2	95,7	125,1	888	588	1036	179	73	70	11	10,2	13,6	9,5	36,4	54,7	42,6	80,8
Consumo Presente:																					
Min.	304.660.086	207.354.955	276.580.177	79.279.316	46.680.793	43.357.375	7.273.742	888	588	1036	179	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3045113	1999149	2890711	734330	309049	400535	56995	888	588	1036	179	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	100,0	103,7	95,7	108,0	151,0	108,2	127,6	888	588	1036	179	73	70	11	10,0	13,4	9,8	26,2	55,3	46,1	81,5

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Consumo Futuro:																					
Min.	329.252.799	220.690.535	301.260.131	87.095.857	45.805.834	47.041.025	6.923.556	888	588	1036	179	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3045593	1999589	2891567	734707	309122	400535	56951	888	588	1036	179	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	108,1	110,4	104,2	118,5	148,2	117,4	121,6	888	588	1036	179	73	70	11	11,4	15,0	10,6	27,9	52,6	56,3	80,0
Evolução Passado-Presente	4%	5%	4%	0%	3%	13%	2%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	8%	6%	9%	10%	-2%	8%	-5%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	501.306.626	342.144.836	474.671.240	228.891.514	71.492.694	50.894.835	11.739.474	915	594	974	164	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3179659	2010559	3003004	647300	428536	431001	55050	915	594	974	164	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	157,7	170,2	158,1	353,6	166,8	118,1	213,3	915	594	974	164	67	58	8	20,9	35,6	16,1	270,3	87,3	54,6	64,6
Consumo Presente:																					
Min.	511.072.773	316.021.664	483.316.733	140.556.914	61.299.249	49.695.290	12.767.821	915	594	974	164	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3179927	2010845	3003332	647314	428615	431198	55050	915	594	974	164	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	160,7	157,2	160,9	217,1	143,0	115,2	231,9	915	594	974	164	67	58	8	18,8	20,3	15,5	52,0	50,6	54,6	78,9
Consumo Futuro:																					
Min.	513.493.833	324.789.772	486.820.054	147.261.721	71.289.584	51.559.809	13.075.384	915	594	974	164	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3180195	2011131	3003661	647329	428694	431395	55050	915	594	974	164	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	161,5	161,5	162,1	227,5	166,3	119,5	237,5	915	594	974	164	67	58	8	18,4	20,4	15,3	51,7	64,7	58,2	86,3
Evolução Passado-Presente	2%	-8%	2%	-39%	-14%	-2%	9%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	0%	3%	1%	5%	16%	4%	2%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	144.471.622	79.334.690	122.652.517	22.730.469	36.815.294	12.872.795	8.432.903	690	431	799	122	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2340519	1488989	2189755	479011	242385	238129	76685	690	431	799	122	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	61,7	53,3	56,0	47,5	151,9	54,1	110,0	690	431	799	122	55	51	10	18,3	12,0	16,6	9,5	112,7	36,1	102,0
Consumo Presente:																					
Min.	130.351.642	76.783.759	112.657.066	22.367.393	27.685.475	14.588.623	9.725.735	690	431	799	122	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2341444	1489613	2190896	479087	242652	238109	76724	690	431	799	122	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	55,7	51,5	51,4	46,7	114,1	61,3	126,8	690	431	799	122	55	51	10	9,9	11,0	8,2	10,0	73,7	36,0	116,4
Consumo Futuro:																					
Min.	147.859.252	80.355.817	125.279.448	25.777.406	32.144.273	14.348.664	9.212.557	690	431	799	122	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	2342369	1490237	2192037	479163	242917	238089	76763	690	431	799	122	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	63,1	53,9	57,2	53,8	132,3	60,3	120,0	690	431	799	122	55	51	10	12,2	11,2	8,5	12,7	82,6	37,3	95,2
Evolução Passado-Presente	-10%	-3%	-8%	-2%	-25%	13%	15%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	13%	5%	11%	15%	16%	-2%	-5%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	434.628.909	291.097.260	432.699.362	91.097.200	41.431.585	40.686.232	15.945.134	932	596	1021	161	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3279109	2093179	3165389	680434	443001	409363	68563	932	596	1021	161	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	132,5	139,1	136,7	133,9	93,5	99,4	232,6	932	596	1021	161	70	59	13	16,8	43,1	19,0	35,1	24,1	26,1	95,5
Consumo Presente:																					
Min.	433.580.164	251.797.312	419.215.196	92.299.670	44.358.486	43.203.269	16.113.806	932	596	1021	161	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3279321	2093261	3165979	680651	443328	409494	68563	932	596	1021	161	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	132,2	120,3	132,4	135,6	100,1	105,5	235,0	932	596	1021	161	70	59	13	16,0	14,7	14,8	33,6	25,5	26,8	94,2
Consumo Futuro:																					
Min.	462.164.841	267.570.655	443.030.223	99.492.820	49.900.652	44.403.780	16.199.282	932	596	1021	161	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	3279534	2093344	3166568	680868	443655	409626	68563	932	596	1021	161	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	140,9	127,8	139,9	146,1	112,5	108,4	236,3	932	596	1021	161	70	59	13	16,6	15,9	15,0	38,0	32,2	26,0	93,2
Evolução Passado-Presente	0%	-14%	-3%	1%	7%	6%	1%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	7%	6%	6%	8%	12%	3%	1%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	12,5	7,8	14,4	16,1	11,2	16,0	0,2	631	421	777	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	69,5	62,7	75,1	86,3	58,6	81,7	42,8	631	421	777	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móvel	23,3	23,0	20,3	19,4	23,4	23,7	9,7	874	524	996	177	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	98,3	110,4	104,8	85,8	77,9	91,4	277,0	874	524	996	177	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	12,7	15,0	12,4	18,0	19,1	19,8	11,5	888	588	1036	179	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	87,4	88,7	83,2	89,9	132,0	88,4	116,1	888	588	1036	179	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	24,8	23,2	26,7	34,5	25,9	26,1	1,9	915	594	974	164	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	135,9	134,0	134,2	182,6	117,1	89,1	230,0	915	594	974	164	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	8,2	6,9	6,3	7,1	22,2	11,0	5,6	690	431	799	122	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	47,4	44,7	45,1	39,6	91,9	50,2	121,2	690	431	799	122	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Interr	22,5	16,9	20,2	26,6	17,9	22,1	1,1	932	596	1021	161	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Inten	109,7	103,4	112,2	109,0	82,2	83,4	233,9	932	596	1021	161	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	31.592.935	12.477.634	34.384.895	8.969.106	3.193.945	6.011.131	6.669	631	421	777	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	175.753.251	100.210.093	179.376.682	48.009.702	16.777.404	30.725.219	1.893.880	631	421	777	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móvel	69.133.732	42.630.325	57.616.592	12.582.375	8.220.972	9.467.282	691.246	874	524	996	142	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	292.152.957	204.745.624	298.113.662	59.740.789	27.339.978	36.432.865	19.804.482	874	524	996	142	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	38.573.647	29.993.769	35.974.216	13.247.759	5.900.273	7.934.367	656.186	888	588	1036	142	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
A																					

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Redes sociais - Internet fixa	432.249.649	269.397.891	403.026.770	118.210.393	50.203.870	38.422.338	12.661.959	915	594	974	142	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	19.283.298	10.204.487	13.787.358	3.405.624	5.375.963	2.628.466	427.846	690	431	799	142	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	111.068.344	66.579.272	98.869.708	18.961.769	22.309.512	11.960.156	9.297.889	690	431	799	142	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Interr	73.904.970	35.355.850	64.029.034	18.093.481	7.914.523	9.033.425	76.557	932	596	1021	142	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	359.675.194	216.441.461	355.186.162	74.206.188	36.443.964	34.169.844	16.037.249	932	596	1021	142	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	13,2	8,5	15,2	16,9	11,1	16,6	0,2	631	421	777	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	73,6	67,9	79,4	90,5	58,3	85,1	44,5	631	421	777	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	24,2	23,7	21,1	19,4	26,3	26,4	8,8	874	524	996	142	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	102,3	113,8	109,1	86,1	87,5	101,6	252,6	874	524	996	142	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	13,7	16,0	13,6	19,8	18,7	21,5	11,0	888	588	1036	142	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	94,4	94,4	90,6	98,7	129,5	96,0	110,6	888	588	1036	142	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	24,9	23,8	26,9	36,2	30,1	27,1	2,0	915	594	974	142	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	136,6	137,7	135,2	191,3	136,2	92,4	235,5	915	594	974	142	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	9,3	7,2	7,0	8,2	25,7	10,9	5,3	690	431	799	142	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	53,8	46,8	50,2	45,6	106,6	49,4	114,7	690	431	799	142	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Interr	24,0	17,9	21,4	28,6	20,1	22,7	1,1	932	596	1021	142	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	116,9	109,9	118,5	117,5	92,4	85,7	235,1	932	596	1021	142	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	33.511.768	13.521.037	36.342.597	9.421.955	3.179.279	6.263.553	6.965	631	421	777	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	186.427.824	108.589.852	189.589.484	50.433.708	16.700.367	32.015.449	1.978.010	631	421	777	142	57	62	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	71.959.605	43.992.940	59.981.718	12.625.825	9.233.017	10.535.987	630.475	874	524	996	142	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	304.094.843	211.290.015	310.351.049	55.933.272	30.705.672	40.545.556	18.063.363	874	524	996	142	79	72	12	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	41.687.381	31.922.753	39.184.287	14.553.921	5.789.681	8.608.472	624.595	888	588	1036	142	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	287.565.418	188.767.782	262.075.844	72.541.936	40.016.153	38.432.553	6.298.961	888	588	1036	142	73	70	11	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	79.196.526	47.917.362	80.871.944	23.412.488	12.903.664	11.695.902	108.412	915	594	974	142	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	434.297.308	276.872.410	405.948.110	123.849.233	58.385.919	39.863.907	12.966.972	915	594	974	142	67	58	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	21.873.250	10.679.210	15.332.128	3.924.827	6.241.773	2.585.232	405.271	690	431	799	142	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	125.986.003	69.676.607	109.947.319	21.852.579	25.902.501	11.763.432	8.807.286	690	431	799	142	55	51	10	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Interr	78.777.309	37.570.647	67.666.434	19.503.553	8.903.366	9.284.441	76.964	932	596	1021	142	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	383.387.532	230.000.008	375.363.789	79.989.267	40.997.286	35.119.339	16.122.319	932	596	1021	142	70	59	13	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Acesso lento	73,9%	76,4%	69,3%	78,3%	62,7%	54,2%	43,7%	153	118	195	45	14	24	5	7,0 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	12,0 p.p.	25,3 p.p.	19,9 p.p.	43,5 p.p.
Quebras/ interrupções	55,3%	56,1%	63,6%	71,4%	26,2%	47,0%	55,0%	153	118	195	45	14	24	5	7,9 p.p.	9,0 p.p.	6,8 p.p.	13,2 p.p.	23,0 p.p.	20,0 p.p.	43,6 p.p.
Perdas de acesso	33,2%	47,1%	47,2%	55,0%	30,9%	46,9%	56,3%	153	118	195	45	14	24	5	7,5 p.p.	9,0 p.p.	7,0 p.p.	14,5 p.p.	24,2 p.p.	20,0 p.p.	43,5 p.p.
Dificuldade de upload e download	38,4%	48,3%	32,7%	33,6%	45,2%	41,8%	31,9%	153	118	195	45	14	24	5	7,7 p.p.	9,0 p.p.	6,6 p.p.	13,8 p.p.	26,1 p.p.	19,7 p.p.	40,8 p.p.
Cobertura do serviço fraca	38,2%	43,7%	36,2%	45,3%	52,5%	48,7%	31,9%	153	118	195	45	14	24	5	7,7 p.p.	8,9 p.p.	6,7 p.p.	14,5 p.p.	26,2 p.p.	20,0 p.p.	40,8 p.p.
Fraco apoio ao cliente	12,6%	13,3%	17,8%	15,4%	27,6%	20,4%	8,8%	153	118	195	45	14	24	5	5,3 p.p.	6,1 p.p.	5,4 p.p.	10,5 p.p.	23,4 p.p.	16,1 p.p.	24,8 p.p.
Outros																					
NS/NR	7,2%	4,5%	4,2%	6,4%				153	118	195	45				4,1 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.	7,1 p.p.			

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP																					
Consumo atual - VoIP	21,3	23,6	21,2	20,3	26,0	21,0	19,2	633	424	779	142	57	62	8	2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	9,3 p.p.	6,6 p.p.	13,4 p.p.
Consumo atual - STF/STM	78,7	76,4	78,8	79,7	74,0	79,0	80,8	633	424	779	142	57	62	8	2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	9,3 p.p.	6,6 p.p.	13,4 p.p.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	10,4	11,5	10,2	10,0	14,0	8,7	12,7	633	424	779	142	57	62	8	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	9,0 p.p.	7,0 p.p.	23,1 p.p.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	89,6	88,5	89,8	90,0	86,0	91,3	87,3	633	424	779	142	57	62	8	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	9,0 p.p.	7,0 p.p.	23,1 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	7,0	8,1	7,1	6,8	9,2	6,4	10,8	633	424	779	142	57	62	8	2,0 p.p.	2,6 p.p.	1,8 p.p.	4,1 p.p.	7,5 p.p.	6,1 p.p.	21,5 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	93,0	91,9	92,9	93,2	90,8	93,6	89,2	633	424	779	142	57	62	8	2,0 p.p.	2,6 p.p.	1,8 p.p.	4,1 p.p.	7,5 p.p.	6,1 p.p.	21,5 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	3,9	4,3	3,6	3,4	4,4	3,7	6,6	633	424	779	142	57	62	8	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	5,3 p.p.	4,7 p.p.	17,2 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	96,1	95,7	96,4	96,6	95,6	96,3	93,4	633	424	779	142	57	62	8	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	5,3 p.p.	4,7 p.p.	17,2 p.p.
Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas																					
Consumo atual - mensagens instantâneas	31,0	34,2	32,7	34,4	30,4	25,5	36,0	874	524	996	177	79	72	12	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.	13,6 p.p.
Consumo atual - STM	69,0	65,8	67,3	65,6	69,6	74,5	64,0	874	524	996	177	79	72	12	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.	13,6 p.p.
Metade do preço de STM - Mensagens i	17,0	18,3	17,9	17,7	18,0	12,5	19,7	874	524	996	177	79	72	12	2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	8,5 p.p.	7,6 p.p.	22,5 p.p.
Metade do preço de STM - STM	83,0	81,7	82,1	82,3	82,0	87,5	80,3	874	524	996	177	79	72	12	2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	8,5 p.p.	7,6 p.p.	22,5 p.p.
Igual ao preço de STM - Mensagens inst.	13,2	14,2	13,9	13,4	14,4	9,4	16,7	874	524	996	177	79	72	12	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,0 p.p.	7,7 p.p.	6,7 p.p.	21,1 p.p.
Igual ao preço de STM - STM	86,8	85,8	86,1	86,6	85,6	90,6	83,3	874	524	996	177	79	72	12	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,0 p.p.	7,7 p.p.	6,7 p.p.	21,1 p.p.
Dobro do preço de STM - Mensagens ins	7,6	7,6	7,6	7,2	7,9	4,8	12,5	874	524	996	177	79	72	12	1,8 p.p.						

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Preço	52,7%	51,7%	54,6%	61,8%	50,9%	55,4%	89,0%	633	424	779	142	57	62	8	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	13,0 p.p.	12,4 p.p.	21,7 p.p.
Segurança	14,6%	9,1%	13,0%	15,7%	15,9%	24,3%	28,8%	633	424	779	142	57	62	8	2,8 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	9,5 p.p.	10,7 p.p.	31,4 p.p.
Qualidade do serviço	31,0%	28,8%	28,3%	35,9%	32,0%	40,2%	86,9%	633	424	779	142	57	62	8	3,6 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,9 p.p.	12,1 p.p.	12,2 p.p.	23,4 p.p.
Funcionalidades do serviço	43,9%	40,2%	37,6%	40,0%	37,4%	51,7%	31,0%	633	424	779	142	57	62	8	3,9 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,1 p.p.	12,6 p.p.	12,4 p.p.	32,0 p.p.
Realização de chamadas em grupo	15,5%	15,9%	16,8%	8,8%	18,6%	16,6%	48,7%	633	424	779	142	57	62	8	2,8 p.p.	3,5 p.p.	2,6 p.p.	4,6 p.p.	10,1 p.p.	9,3 p.p.	34,6 p.p.
Realização de videochamadas	38,4%	41,9%	36,9%	33,8%	39,2%	51,8%	54,3%	633	424	779	142	57	62	8	3,8 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	7,8 p.p.	12,7 p.p.	12,4 p.p.	34,5 p.p.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	36,0%	35,1%	42,5%	38,7%	46,1%	55,7%	25,4%	633	424	779	142	57	62	8	3,7 p.p.	4,5 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	12,9 p.p.	12,4 p.p.	30,2 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont	26,5%	25,4%	23,8%	24,7%	17,7%	36,1%	25,4%	633	424	779	142	57	62	8	3,4 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	9,9 p.p.	12,0 p.p.	30,2 p.p.
Outros	0,3%	0,3%	0,1%			0,4%		633	424	779					0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.				1,6 p.p.
NS/NR	2,9%	4,7%	7,2%	2,0%	8,4%	1,3%		633	424	779	142	57	62		1,3 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.	2,3 p.p.	7,2 p.p.		2,8 p.p.

Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Preço	49,9%	59,7%	51,6%	54,2%	51,1%	42,0%	70,2%	874	524	996	177	79	72	12	3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,4 p.p.	25,9 p.p.
Segurança	14,6%	12,6%	14,9%	14,9%	25,3%	13,9%	18,0%	874	524	996	177	79	72	12	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	9,6 p.p.	8,0 p.p.	21,7 p.p.
Qualidade do serviço	34,3%	33,5%	31,3%	34,5%	31,5%	43,2%	47,8%	874	524	996	177	79	72	12	3,1 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,2 p.p.	11,4 p.p.	28,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	47,8%	51,0%	49,6%	46,9%	51,1%	54,2%	37,7%	874	524	996	177	79	72	12	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	27,4 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	25,5%	27,4%	26,8%	20,9%	26,0%	28,9%	14,1%	874	524	996	177	79	72	12	2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,7 p.p.	6,0 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	19,7 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	21,8%	19,4%	21,7%	17,4%	23,9%	19,6%	14,1%	874	524	996	177	79	72	12	2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	5,6 p.p.	9,4 p.p.	9,2 p.p.	19,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	23,9%	24,4%	23,0%	18,8%	18,2%	11,5%	32,9%	874	524	996	177	79	72	12	2,8 p.p.	3,7 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	8,5 p.p.	7,4 p.p.	26,6 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont	37,0%	38,2%	38,1%	28,7%	49,4%	45,1%	70,1%	874	524	996	177	79	72	12	3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	6,7 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	25,9 p.p.
Outros	0,1%	0,7%	0,1%	0,3%				874	524	996	177				0,2 p.p.	0,7 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.			
NS/NR	3,5%	3,8%	3,8%	6,6%	0,6%	2,3%		874	524	996	177	79	72		1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,7 p.p.	1,7 p.p.		3,4 p.p.

Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Preço	33,6%	37,0%	32,7%	29,0%	30,7%	39,0%	60,7%	888	588	1036	179	73	70	11	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	6,6 p.p.	10,6 p.p.	11,4 p.p.	28,9 p.p.
Segurança	13,7%	10,8%	9,1%	11,8%	15,4%	21,4%	7,6%	888	588	1036	179	73	70	11	2,3 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	8,3 p.p.	9,6 p.p.	15,7 p.p.
Qualidade do serviço	45,9%	43,1%	40,6%	42,4%	54,5%	55,6%	74,1%	888	588	1036	179	73	70	11	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	11,4 p.p.	11,6 p.p.	25,9 p.p.
Funcionalidades do serviço	63,7%	59,5%	63,2%	64,6%	62,7%	60,7%	35,4%	888	588	1036	179	73	70	11	3,2 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	11,1 p.p.	11,4 p.p.	28,2 p.p.
Outros	0,7%	1,3%	0,7%	0,7%	0,3%	0,3%		888	588	1036	179	73	70		0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,5 p.p.		1,9 p.p.	1,3 p.p.	
NS/NR	5,7%	10,2%	10,7%	12,6%	6,2%	10,5%		888	588	1036	179	73	70		1,5 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	5,5 p.p.		7,2 p.p.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Melhoria da qualidade das chamadas pc	42,2%	34,2%	35,7%	47,1%	37,9%	46,4%	54,3%	633	424	779	142	57	62	8	3,8 p.p.	4,5 p.p.	3,4 p.p.	8,2 p.p.	12,6 p.p.	12,4 p.p.	34,5 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de In	30,7%	31,1%	30,3%	34,8%	34,1%	35,8%	90,2%	633	424	779	142	57	62	8	3,6 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	7,8 p.p.	12,3 p.p.	11,9 p.p.	20,6 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de In	33,1%	38,2%	33,1%	37,9%	35,5%	28,7%	50,9%	633	424	779	142	57	62	8	3,7 p.p.	4,6 p.p.	3,3 p.p.	8,0 p.p.	12,4 p.p.	11,3 p.p.	34,6 p.p.
Os serviços VoIP aumentarem o seu núm	19,4%	19,2%	17,5%	23,7%	28,3%	22,0%	50,9%	633	424	779	142	57	62	8	3,1 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	7,0 p.p.	11,7 p.p.	10,3 p.p.	34,6 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	37,3%	34,5%	34,3%	36,4%	40,3%	35,2%	7,2%	633	424	779	142	57	62	8	3,8 p.p.	4,5 p.p.	3,3 p.p.	7,9 p.p.	12,7 p.p.	11,9 p.p.	17,9 p.p.
Redução do preço do serviço de Interne	0,3%	0,3%	0,4%					633	424	779					0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.				
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfe	0,2%		0,1%					633		779					0,3 p.p.			0,2 p.p.			
Outros	0,2%	0,1%	0,6%	0,3%				633	424	779	142				0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.			
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t	0,2%		0,1%					633		779					0,3 p.p.			0,2 p.p.			
NS/NR	5,8%	7,0%	6,6%	3,5%	6,7%	0,9%		633	424	779	142	57	62		1,8 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	3,0 p.p.	6,5 p.p.		2,3 p.p.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Melhoria da qualidade das mensagens p	29,7%	31,6%	31,1%	34,3%	41,0%	43,6%	70,1%	874	524	996	177	79	72	12	3,0 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,8 p.p.	11,5 p.p.	25,9 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Inti	25,0%	27,4%	23,1%	27,1%	26,6%	29,9%	82,5%	874	524	996	177	79	72	12	2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	9,7 p.p.	10,6 p.p.	21,5 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Inti	32,8%	39,4%	34,7%	38,6%	35,6%	23,7%	48,9%	874	524	996	177	79	72	12	3,1 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.	28,3 p.p.
Aumentar o número de funcionalidades	27,7%	23,7%	24,0%	28,1%	33,8%	36,4%	32,9%	874	524	996	177	79	72	12	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	10,4 p.p.	11,1 p.p.	26,6 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	34,5%	37,9%	31,2%	29,7%	27,0%	32,5%	47,8%	874	524	996	177	79	72	12	3,2 p.p.	4,2 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	9,8 p.p.	10,8 p.p.	28,3 p.p.
Redução do preço do serviço de Interne	1,0%	1,5%	0,8%	0,6%				874	524	996	177				0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.			
Os serviços IM passarem a ser de tráfe	0,1%	0,1%	0,6%					874	524	996					0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.				
Outros	0,3%	0,6%	1,4%		1,0%	0,7%		874	524	996		79	72		0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.		2,2 p.p.	2,0 p.p.	
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t	12,7%	14,5%	19,3%	10,4%	18,4%	15,8%	2,6%	874	524	996	177	79	72	12	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	4,5 p.p.	8,5 p.p.	8,4 p.p.	8,9 p.p.
NS/NR	5,1%	6,9%	6,9%	6,9%	15,1%	3,1%		874	524	996	177	79	72		1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,6 p.p.	3,7 p.p.	7,9 p.p.		4,0 p.p.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	35,8%	40,2%	34,7%	33,3%	38,0%	50,5%	25,3%	888	588	1036	179	73	70	11	3,2 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	11,1 p.p.	11,7 p.p.	25,7 p.p.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	34,2%	37,8%	32,0%	32,9%	30,1%	56,1%	88,4%	888	588	1036	179	73	70	11	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	10,5 p.p.	11,6 p.p.	18,9 p.p.
O serviço de Internet móvel aumentar a	31,0%	34,1%	27,3%	25,1%	27,8%	24,7%	22,4%	888	588	1036	179	73	70	11	3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,				

Variáveis

Significância estatística



	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
4.2.1 Caracterização da am																					
Género e classe etária																					
Masculino - mais 55 anos	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Masculino - 35 a 54 anos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Masculino - 16 a 34 anos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - mais 55 anos	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Feminino - 35 a 54 anos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Feminino - 16 a 34 anos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nível de escolaridade																					
Ensino básico ou menos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Ensino secundário	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ensino superior	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR																					
Situação profissional																					
Empregado	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Desempregado	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Aluno/ Estudante	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros inativos	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Outros	Não Sig.	Não Sig.																			
NS/NR																					
Rendimento mensal do agregado famii																					
Até 485 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 486 a 970 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 971 a 1455 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1941 a 2425 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 2424 a 2909 euros	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ou superior a 2910 euros	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
4.2.2 Serviços OTT em Portl																					
Pacote de serviços de telecomunicaçãoe:																					
Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.																		
Operador do pacote de serviços de tele																					
Meo	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Vodafone	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.		Não Sig.		
Cabovisão	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.		Não Sig.						
Serviços incluídos no pacote de telecor																					
Televisão por assinatura	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico fixo	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico móvel	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet fixa	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Internet móvel por dados móveis	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet móvel por pen USB	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Sig.		Não Sig.						
Gasto médio mensal com o conjunto de																					
Entre 0 e 9,99 euros	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.		
Entre 30 e 39,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
120 euros ou mais	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tarifários de Internet móvel																					
Tarifário diário	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.					
Tarifário semanal	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Tarifário mensal com dados móveis	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Assinatura mensal não incluída num pac	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.							Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Sig.			Sig.		Sig.				
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Serviços VoIP pagos e gratuitos																					
SKYPE - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - pago		Sig.	Não Sig.									Não Sig.	Não Sig.								
SKYPEOUT - gratuito		Não Sig.	Não Sig.				Sig.					Não Sig.									
SKYPEOUT - NS/NR		Não Sig.	Não Sig.									Não Sig.									
FACETIME - pago	Não Sig.	Não Sig.				Sig.	Não Sig.				Sig.				Sig.						
FACETIME - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
FACETIME - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
VIBER - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
VIBER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - pago		Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.				Sig.				Sig.						
HANGOUTS - gratuito	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
HANGOUTS - NS/NR	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
WECHAT - pago	Não Sig.	Sig.				Sig.	Não Sig.					Sig.									
WECHAT - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.		Não Sig.		
WECHAT - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.		Não Sig.		
QQ - pago	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.					Não Sig.									
QQ - gratuito	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Sig.	Não Sig.				Sig.				Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.
QQ - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Sig.				Sig.			Não Sig.	Não Sig.					
LINE - pago	Não Sig.	Não Sig.				Sig.	Não Sig.					Sig.									
LINE - gratuito	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.				Não Sig.						
LINE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Sig.		Não Sig.		Sig.		Não Sig.					Sig.		
TANGO - pago		Não Sig.																			
TANGO - gratuito	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.														
TANGO - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.														
OUTRO - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.							
OUTRO - gratuito	Não Sig.	Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.							
OUTRO - NS/NR																					
Disponibilidade em pagar mensalmente																					
Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.		
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensali																					
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.		

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Serviços de mensagens instantâneas pa																					
WHATSAPP - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.				
WHATSAPP - gratuito	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	Não Sig.	Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.				
FACEBOOK MESSENGER - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.				
SKYPE - pago	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.				
SKYPE - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.				
VIBER - pago	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.								
VIBER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.				
VIBER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.				
HANGOUTS - pago	Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.								
HANGOUTS - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.								
WECHAT- pago																					
WECHAT - gratuito	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.					
WECHAT - NS/NR			Não Sig.																		
LINE - pago																					
LINE - gratuito																					
LINE - NS/NR																					
QQ - pago																					
QQ - gratuito																					
QQ - NS/NR																					
TANGO - pago																					
TANGO - gratuito																					
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - pago																					
OUTRO - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.				
OUTRO - NS/NR																					
Disponibilidade em pagar mensalmente																					
Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensali																					
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Serviços de audiovisual de tráfego grati																					
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de d	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	
SPOTIFY - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
VINE - tráfego de dados tráfego de dado		Não Sig.		Sig.	Sig.	Sig.							Sig.	Sig.							Não Sig.
VINE - tráfego de dados não gratuito	Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Sig.		Sig.							
VINE - NS/NR		Não Sig.																			
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dai	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Sig.	Sig.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.			Não Sig.	Sig.	
VIMEO - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.							
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.						Não Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gra	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.							
APPLE MUSIC - NS/NR	Sig.	Sig.																			
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gra	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.				
MEO MUSICA - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de t	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.				
RTP PLAY - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.												
MEO GO - tráfego de dados tráfego de d	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO GO - tráfego de dados não gratu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.				
MEO GO - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.				
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratu	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Sig.		Sig.							
TVI PLAYER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.					Sig.		Não Sig.							
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfeg	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Sig.		Não Sig.		Sig.						Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gra	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.		Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.		Sig.						
SOUNDCLOUD - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Sig.				Sig.		Não Sig.	Sig.				Sig.		
METACAFE - tráfego de dados tráfego de																					
METACAFE - tráfego de dados não gratu																					
METACAFE - NS/NR																					
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dad																					
TIDAL - tráfego de dados não gratuito																					
TIDAL - NS/NR																					
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de																					
RHAPSODY - tráfego de dados não gratu																					
RHAPSODY - NS/NR																					
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da		Não Sig.																			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Sig.	Não Sig.				Sig.									
OUTRO - NS/NR		Não Sig.		Sig.										Sig.							

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
--	-----------------	-----------------	-------------------	------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------	-------------------	-------------------	------------------	--------------------	-------------------	-------------------	------------------	---------------------	---------------------	--------------------	--------------------	-------------------	-------------------

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.			Não Sig.	Sig.	Sig.			Sig.	Sig.								Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.		Não Sig.									Não Sig.	Não Sig.								
Delay na transmissão de dados	Não Sig.	Não Sig.										Não Sig.									
Poucas funcionalidades	Não Sig.	Não Sig.			Sig.									Sig.							
Tamanho/ peso da aplicação																					
Outros motivos	Não Sig.	Não Sig.				Sig.						Sig.									Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.								

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.							Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.	Não Sig.								
Excesso de publicidade/ anúncios	Sig.		Não Sig.		Não Sig.						Sig.	Não Sig.	Não Sig.								Não Sig.
Pouco espaço de armazenamento																					
Tamanho/ peso da aplicação																					
Outros motivos	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.																
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.								

Motivos de insatisfação com a rede soc

Quebras de ligação	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.							Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.								Não Sig.	Não Sig.						
Excesso de publicidade/ anúncios	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.									Não Sig.							
Política de privacidade	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Sig.								Não Sig.	Não Sig.						Sig.
Utilização do serviço por parte de outros	Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.							
Outros motivos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.	Não Sig.							Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Sig.							Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.																			
Política de privacidade														Não Sig.	Não Sig.						
Capacidade de armazenamento	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.											Não Sig.							
Outros motivos	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.									Não Sig.							
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.								Não Sig.

Motivos de insatisfação com o motor d1

Quebras de ligação																					
Qualidade do serviço/ Qualidade dos res		Não Sig.			Não Sig.																Não Sig.
Política de privacidade	Não Sig.				Sig.																
Excesso de publicidade/ anúncios																					
Outros motivos		Não Sig.																			
NS/NR							Não Sig.	Não Sig.				Sig.		Não Sig.							Sig.

Qualidade apercebida do serviço VoIP r

Voz e pago:

1 - 5	Não Sig.																				
6 - 8	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.			Sig.		Sig.							Não Sig.
9 - 10	Não Sig.	Não Sig.			Sig.		Não Sig.		Sig.			Sig.		Sig.							Não Sig.
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Vídeo e pago:

1 - 5	Não Sig.	Não Sig.																			
6 - 8	Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.		Não Sig.	Não Sig.													Não Sig.
9 - 10	Não Sig.	Não Sig.			Sig.		Não Sig.		Sig.					Sig.							
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Sig.

Voz e gratuito:

1 - 5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Vídeo e gratuito:

1 - 5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Qualidade apercebida do serviço de me

Pago:

1 - 5	Não Sig.																				
6 - 8	Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Sig.	Não Sig.													Sig.
9 - 10	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.			Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.

Gratuito:

1 - 5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
9 - 10	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
média	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					
Evolução do consumo de redes sociais (
Consumo Passado:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					
Evolução do consumo de serviços de pa																					
Consumo Passado:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					
Evolução do consumo de motores de bu																					
Consumo Passado:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Presente:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					
Tempo de utilização de Internet móvel 																					
VoIP - Internet móvel																					
Voip - Internet fixa																					
Mensagens instantâneas -Internet móve																					
Mensagens instantâneas -Internet fixa																					
Audiovisuais -Internet móvel																					
Audiovisuais - Internet fixa																					
Redes sociais-Internet móvel																					
Redes sociais - Internet fixa																					
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel																					
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa																					
Motores de busca e e-commerce -Interr																					
Motores de busca e e-commerce - Intern																					
Tempo de utilização de Internet móvel 																					
VoIP - Internet móvel																					
Voip - Internet fixa																					
Mensagens instantâneas -Internet móve																					
Mensagens instantâneas -Internet fixa																					
Audiovisuais -Internet móvel																					
Audiovisuais - Internet fixa																					
Redes sociais-Internet móvel																					

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
4.2.1 Caracterização da amostra																					
Género e classe etária																					
Masculino - mais 55 anos	6,2%	10,5%	13,7%	5,4%	14,2%	10,9%		869	547	944	150	80	58		1,2 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	2,7 p.p.	6,3 p.p.	7,4 p.p.	8,5 p.p.
Masculino - 35 a 54 anos	25,1%	21,3%	16,9%	27,1%	26,1%	35,5%	42,7%	869	547	944	150	80	58	15	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	4,9 p.p.	6,4 p.p.	8,3 p.p.	21,4 p.p.
Masculino - 16 a 34 anos	17,7%	21,9%	16,1%	4,9%	19,6%	20,3%	9,1%	869	547	944	150	80	58	15	1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	4,3 p.p.	7,1 p.p.	11,8 p.p.
Feminino - mais 55 anos	6,7%	4,8%	9,6%	1,8%	18,1%	3,1%	3,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	6,2 p.p.	2,1 p.p.	6,8 p.p.
Feminino - 35 a 54 anos	16,9%	14,7%	21,0%	20,1%	14,7%	14,0%	26,7%	869	547	944	150	80	58	15	1,8 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	4,2 p.p.	6,2 p.p.	4,7 p.p.	17,8 p.p.
Feminino - 16 a 34 anos	27,5%	26,8%	22,6%	25,9%	22,0%	16,1%	18,0%	869	547	944	150	80	58	15	2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	7,0 p.p.	5,5 p.p.	14,6 p.p.
Nível de escolaridade																					
Ensino básico ou menos	13,9%	14,6%	12,6%	18,8%	14,6%	22,2%	5,7%	869	547	944	150	80	58	15	1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	6,4 p.p.	7,8 p.p.	8,6 p.p.
Ensino secundário	59,3%	54,9%	59,2%	58,1%	60,7%	54,4%	68,6%	869	547	944	150	80	58	15	2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,1 p.p.	8,7 p.p.	20,1 p.p.
Ensino superior	26,8%	30,5%	28,2%	23,1%	24,7%	23,3%	25,7%	869	547	944	150	80	58	15	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	6,7 p.p.	7,3 p.p.	19,3 p.p.
NS/NR			0,0%							944							0,0 p.p.				
Situação profissional																					
Empregado	57,8%	57,4%	60,8%	58,3%	49,2%	49,0%	78,7%	869	547	944	150	80	58	15	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,2 p.p.	8,2 p.p.	8,7 p.p.	15,7 p.p.
Desempregado	23,6%	18,8%	16,5%	11,1%	21,0%	32,3%	19,9%	869	547	944	150	80	58	15	1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	4,4 p.p.	7,9 p.p.	15,3 p.p.
Aluno/ Estudante	12,5%	13,8%	11,2%	15,1%	14,7%	7,8%	1,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	2,1 p.p.	1,4 p.p.	3,8 p.p.	5,6 p.p.	3,7 p.p.	4,3 p.p.
Outros inativos	5,9%	9,9%	11,2%	5,5%	24,8%	10,9%		869	547	944	150	80	58		1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	5,7 p.p.	
Outros	0,3%							869							0,2 p.p.		0,1 p.p.				
NS/NR			0,3%		0,2%					944		80			0,1 p.p.		0,2 p.p.		0,5 p.p.		
Rendimento mensal do agregado familiar																					
Até 485 euros	8,8%	9,1%	6,2%	7,7%	2,6%	16,0%	5,2%	869	547	944	150	80	58	15	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	8,3 p.p.
De 486 a 970 euros	28,6%	27,8%	26,5%	28,6%	26,5%	37,0%	46,2%	869	547	944	150	80	58	15	2,1 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	7,6 p.p.	7,8 p.p.	21,1 p.p.
De 971 a 1455 euros	28,8%	26,5%	26,8%	26,3%	43,8%	18,0%	20,8%	869	547	944	150	80	58	15	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	7,8 p.p.	7,5 p.p.	15,6 p.p.
De 1456 a 1940 euros	14,6%	12,3%	16,2%	13,1%	6,9%	10,5%	6,8%	869	547	944	150	80	58	15	1,7 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.	10,7 p.p.
De 1941 a 2425 euros	6,8%	8,9%	7,8%	7,0%	10,7%	11,3%	16,0%	869	547	944	150	80	58	15	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	5,8 p.p.	6,1 p.p.	16,3 p.p.
De 2424 a 2909 euros	2,9%	4,6%	4,8%	3,1%	0,7%	3,4%	5,0%	869	547	944	150	80	58	15	0,8 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,0 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	8,1 p.p.
Igual ou superior a 2910 euros	1,5%	3,3%	3,3%	7,7%				869	547	944	150				0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,2 p.p.	12,7 p.p.
NS/NR	8,0%	7,5%	8,5%	6,6%	8,8%	3,9%		869	547	944	150	80	58		1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	2,5 p.p.	5,0 p.p.	3,8 p.p.	
4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis																					
Pacote de serviços de telecomunicações																					
Sim	99,9%	99,2%	99,9%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	832	523	914	147	77	53	15	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
Não	0,1%	0,8%	0,1%					832	523	914					0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
Operador do pacote de serviços de telecomunicações																					
Meo	32,9%	51,1%	31,0%	58,6%	51,1%	27,4%	65,6%	826	516	911	146	77	53	15	2,2 p.p.	3,1 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	8,2 p.p.	8,7 p.p.	20,7 p.p.
NOS	44,5%	26,4%	44,9%	20,0%	37,4%	69,8%	34,4%	826	516	911	146	77	53	15	2,4 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.	4,6 p.p.	7,5 p.p.	8,7 p.p.	20,7 p.p.
Vodafone	19,8%	12,8%	21,3%	10,1%	9,8%	2,8%		826	516	911	146	77	53		2,2 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	3,2 p.p.	4,8 p.p.	2,4 p.p.	
Cabovisão	2,8%	9,7%	2,7%	11,3%	1,6%			826	516	911	146	77			0,8 p.p.	1,7 p.p.	0,8 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.		
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações																					
Televisão por assinatura	78,7%	81,2%	86,4%	85,9%	76,4%	75,8%	91,4%	869	547	944	150	80	58	15	2,0 p.p.	2,5 p.p.	1,6 p.p.	4,2 p.p.	7,1 p.p.	7,2 p.p.	10,5 p.p.
Serviço telefónico fixo	76,8%	80,3%	82,0%	76,2%	68,2%	74,5%	81,4%	869	547	944	150	80	58	15	2,1 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	4,8 p.p.	7,1 p.p.	7,7 p.p.	14,8 p.p.
Serviço telefónico móvel	45,8%	43,3%	50,6%	47,7%	40,4%	50,0%	65,7%	869	547	944	150	80	58	15	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,3 p.p.	8,4 p.p.	20,7 p.p.
Internet fixa	91,0%	91,0%	95,0%	95,7%	86,2%	88,6%	100,0%	869	547	944	150	80	58	15	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	2,8 p.p.	5,2 p.p.	5,7 p.p.	0,0 p.p.
Internet móvel por dados móveis	33,8%	33,8%	37,2%	39,2%	36,1%	31,2%	34,5%	869	547	944	150	80	58	15	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,3 p.p.	8,7 p.p.	20,9 p.p.
Internet móvel por pen USB	16,1%	16,2%	15,0%	16,6%	22,7%	15,2%	20,7%	869	547	944	150	80	58	15	1,7 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.	4,0 p.p.	6,3 p.p.	6,3 p.p.	18,1 p.p.
NS/NR	1,1%	0,8%	1,0%	2,2%				869	547	944	150				0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.		
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações																					
Entre 0 e 9,99 euros	4,1%	2,4%	2,5%	2,5%	0,9%	4,4%	1,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,2 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.	3,6 p.p.	4,3 p.p.
Entre 10 e 19,99 euros	6,9%	2,5%	6,2%	4,8%	14,6%	5,4%	3,7%	869	547	944	150	80	58	15	1,3 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	2,5 p.p.	5,2 p.p.	5,0 p.p.	7,1 p.p.
Entre 20 e 29,99 euros	14,3%	10,5%	11,6%	4,7%	8,4%	10,7%		869	547	944	150	80	58		1,6 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	2,7 p.p.	5,1 p.p.	6,4 p.p.	
Entre 30 e 39,99 euros	19,4%	14,4%	16,0%	8,0%	17,7%	18,4%	14,7%	869	547	944	150	80	58	15	1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,3 p.p.	6,2 p.p.	16,7 p.p.
Entre 40 e 49,99 euros	13,7%	21,7%	14,3%	17,2%	9,6%	23,6%	27,1%	869	547	944	150	80	58	15	1,6 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	4,0 p.p.	5,6 p.p.	6,0 p.p.	17,2 p.p.
Entre 50 e 69,99 euros	26,4%	27,8%	25,0%	29,9%	21,5%	17,1%	21,2%	869	547	944	150	80	58	15	2,1 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	7,5 p.p.	6,5 p.p.	19,7 p.p.
Entre 70 e 89,99 euros	9,8%	11,1%	16,2%	22,1%	18,2%	5,8%	15,9%	869	547	944	150	80	58	15	1,4 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	4,5 p.p.	5,8 p.p.	5,5 p.p.	13,9 p.p.
Entre 90 e 119,99 euros	2,2%	6,3%	4,8%	5,8%	3,5%	14,7%		869	547	944	150	80	58	15	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	3,7 p.p.	5,3 p.p.	14,9 p.p.
120 euros ou mais	0,7%	1,7%	1,3%	1,2%	1,2%			869	547	944	150	80			0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	
NS/NR	2,6%	1,6%	3,5%	2,6%	4,5%			869	547	944	150	80			0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,5 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.	
Tarifários de Internet móvel																					
Tarifário diário	16,8%	10,3%	1,7%	16,8%				35	38	36	11				4,7 p.p.	5,1 p.p.	3,9 p.p.	11,5 p.p.	14,5 p.p.		
Tarifário semanal															3,7 p.p.	4,3 p.p.	2,9 p.p.	3,7 p.p.	6,6 p.p.	13,9 p.p.	
Tarifário mensal com dados móveis															2,4 p.p.	3,8 p.p.	3,1 p.p.	10,2 p.p.	9,5 p.p.	14,6 p.p.	
Assinatura mensal não incluída num pac	69,4%	85,6%	76,7%	62,6%	89,3%			35	38	36	11	9			6,2 p.p.	7,7 p.p.	5,9 p.p.	13,9 p.p.	21,6 p.p.	20,8 p.p.	
Outro	6,0%		21,6%				100,0%	35		36				1	3,0 p.p.	3,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.			0,0 p.p.
NS/NR	7,8%	4,1%		20,6%	10,7%			35	38		11	9			3,8 p.p.	4,0 p.p.	3,3 p.p.	7,6 p.p.	16,3 p.p.	9,8 p.p.	

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Whatsapp	2,4%	0,9%	2,4%					439	247	470					1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	3,4 p.p.	6,6 p.p.	6,9 p.p.	
Facebook Messenger	74,6%	82,4%	72,0%	75,4%	82,1%	83,9%	100,0%	439	247	470	81	42	24	7	3,0 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.	6,5 p.p.	10,2 p.p.	10,2 p.p.	0,0 p.p.
Skype	16,1%	13,8%	17,4%	20,2%	9,5%	9,0%		439	247	470	81	42	24		2,2 p.p.	2,6 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	7,6 p.p.	7,1 p.p.	
Viber	2,0%	0,2%	2,8%	0,6%	7,1%	7,1%		439	247	470	81	42	24		1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	5,4 p.p.	5,2 p.p.	
Hangouts	4,3%	2,3%	5,2%	3,9%	1,2%			439	247	470	81	42			1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	
Wechat																					
Line																					
QQ			0,2%							470							0,2 p.p.				
Tango																					
Outros	0,5%	0,4%	0,1%					439	247	470					0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.				
Serviços de audiovisual utilizados																					
Youtube	91,9%	91,4%	89,5%	87,9%	85,8%	84,2%	100,0%	869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,7 p.p.	6,1 p.p.	6,1 p.p.	8,5 p.p.
Spotify	21,1%	23,6%	21,7%	15,7%	34,9%	7,5%	23,3%	869	547	944	150	80	58	15	1,9 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	4,1 p.p.	7,1 p.p.	4,6 p.p.	18,6 p.p.
Vine	3,6%	4,2%	4,6%	1,8%	8,0%	5,6%	3,9%	869	547	944	150	80	58	15	0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,8 p.p.	3,4 p.p.	3,0 p.p.	13,2 p.p.
Vimeo	14,0%	18,7%	14,7%	13,7%	15,2%	12,0%	7,8%	869	547	944	150	80	58	15	1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.	3,2 p.p.	5,0 p.p.	5,5 p.p.	14,6 p.p.
Apple Music	5,2%	4,9%	3,4%	3,5%	9,1%	6,6%		869	547	944	150	80	58		1,0 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,7 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	11,4 p.p.
MEO Musica	9,6%	9,3%	8,9%	10,0%	18,5%	9,3%	22,6%	869	547	944	150	80	58	15	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	5,8 p.p.	5,6 p.p.	18,8 p.p.
RTP Play	13,3%	13,1%	14,1%	9,6%	7,4%	28,9%	31,9%	869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	3,3 p.p.	4,0 p.p.	7,3 p.p.	21,0 p.p.
MEO Go	11,7%	12,3%	9,1%	14,9%	9,7%	7,9%	33,3%	869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	4,3 p.p.	5,2 p.p.	20,1 p.p.
TVI Player	11,6%	10,8%	12,5%	15,2%	11,0%	18,4%	19,9%	869	547	944	150	80	58	15	1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	5,0 p.p.	7,0 p.p.	17,9 p.p.
SoundCloud	7,3%	10,5%	7,2%	5,7%	7,4%	7,1%	9,1%	869	547	944	150	80	58	15	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,1 p.p.	2,1 p.p.	3,9 p.p.	3,2 p.p.	15,1 p.p.
Metacafe	2,0%	0,6%	1,1%	0,3%	0,2%		3,9%	869	547	944	150	80	58	15	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.		7,2 p.p.
Tidal	0,1%		0,5%					869		944					0,2 p.p.		0,3 p.p.				
Rhapsody	0,3%	0,6%	0,3%		3,6%			869	547	944		80			0,3 p.p.	0,6 p.p.	0,2 p.p.		2,3 p.p.		
Outro	1,6%	2,1%	2,9%	3,0%	4,4%		3,4%	869	547	944	150	80		15	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	6,8 p.p.
Nenhum	6,0%	5,8%	6,9%	10,1%	7,7%	2,8%		869	547	944	150	80	58		1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.	3,4 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.	8,5 p.p.
Serviço de audiovisual mais utilizado																					
Youtube	92,6%	85,1%	89,6%	84,3%	80,8%	81,7%	100,0%	475	302	514	80	43	31	9	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.	8,6 p.p.	8,1 p.p.	0,0 p.p.
Spotify	3,4%	7,7%	3,7%	0,8%	17,7%			475	302	514	80	43			1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	7,4 p.p.		
Vine															0,3 p.p.		0,3 p.p.				
Vimeo	0,2%	0,2%	0,1%			1,6%		475	302	514			31		0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.		2,1 p.p.	
Apple Music	0,0%	0,5%	0,2%	2,4%				475	302	514	80				0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	1,4 p.p.	
MEO Musica	0,5%	2,5%	1,6%	0,6%		1,6%		475	302	514	80		31		0,5 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.		2,1 p.p.	
RTP Play	1,1%	0,5%	2,2%					475	302	514					0,8 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.			2,8 p.p.	
MEO Go	1,0%	2,4%	1,7%	11,3%		7,2%		475	302	514	80		31		0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	5,0 p.p.	
TVI Player	0,7%	0,7%	0,1%	0,6%		7,8%		475	302	514	80		31		0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	1,5 p.p.		5,5 p.p.	
SoundCloud															0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,1 p.p.				
Metacafe		0,3%							302							0,4 p.p.					
Tidal																					
Rhapsody																					
Outro	0,4%		0,8%		1,5%			475		514		43			0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.		2,2 p.p.		
Redes sociais utilizadas																					
Facebook	93,9%	92,6%	92,7%	92,4%	91,3%	97,2%	100,0%	869	547	944	150	80	58	15	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.	5,5 p.p.	2,8 p.p.	0,0 p.p.
Instagram	27,7%	30,9%	25,1%	21,6%	30,4%	28,7%	34,0%	869	547	944	150	80	58	15	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	7,6 p.p.	7,4 p.p.	20,2 p.p.
LinkedIn	25,6%	21,7%	29,3%	16,0%	27,0%	17,5%	12,1%	869	547	944	150	80	58	15	2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	3,8 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.	16,8 p.p.
Google Plus	19,4%	22,7%	18,6%	14,9%	30,1%	29,4%	3,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	7,3 p.p.	7,4 p.p.	13,8 p.p.
Twitter	17,8%	20,6%	16,7%	15,9%	30,2%	35,9%	5,3%	869	547	944	150	80	58	15	1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	6,5 p.p.	7,6 p.p.	9,8 p.p.
Pinterest	12,2%	15,4%	11,1%	5,2%	16,3%	4,9%		869	547	944	150	80	58		1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	3,9 p.p.	11,4 p.p.
Myspace	4,1%	2,2%	1,9%	0,3%	9,5%		16,0%	869	547	944	150	80	15		0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.		13,9 p.p.
Flickr	3,0%	2,1%	1,4%	2,1%	6,4%	6,4%		869	547	944	150	80	58		0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	
Tumblr	7,9%	8,4%	7,7%	3,3%	16,6%	8,3%		869	547	944	150	80	58		1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	3,5 p.p.	5,4 p.p.
Outro	0,9%	0,7%	1,4%	1,5%				869	547	944	150				0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,3 p.p.			
Nenhum	4,7%	5,3%	5,1%	5,8%	3,4%	2,0%		869	547	944	150	80	58		1,0 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,0 p.p.	4,3 p.p.	2,6 p.p.	
Rede social mais utilizada																					
Facebook	92,8%	94,9%	92,9%	93,6%	91,7%	87,3%	85,2%	481	310	495	87	42	35	6	1,7 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	3,1 p.p.	7,5 p.p.	6,6 p.p.	14,9 p.p.
Instagram	0,7%	1,8%	1,0%	3,3%		6,5%		481	310	495	87		35		1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.		4,8 p.p.	
LinkedIn	1,1%	1,6%	1,2%	0,2%	0,8%		14,8%	481	310	495	87	42		6	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.		14,9 p.p.
Google Plus	1,3%	0,3%	1,4%	2,7%		4,8%		481	310	495	87	42	35		0,7 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	6,5 p.p.		4,1 p.p.
Twitter	1,6%		1,3%	0,7%				481		495	87				0,8 p.p.	0,2 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.			
Pinterest	1,0%	1,2%	0,1%	0,6%		1,3%		481	310	495	87		35		0,5 p.p.	0,8 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.		2,2 p.p.	
Myspace																					
Flickr															0,1 p.p.						
Tumblr	0,9%	0,2%	2,0%		4,8%			481	310	495		42			0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.		3,9 p.p.		
Outro	0,6%		0,2%					481		495					0,4 p.p.		0,2 p.p.				

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros																					
Dropbox	41,7%	47,3%	42,5%	34,3%	40,7%	33,1%	66,3%	869	547	944	150	80	58	15	2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,0 p.p.	7,7 p.p.	8,4 p.p.	21,1 p.p.
Google Drive	40,0%	40,7%	43,2%	35,5%	38,1%	54,1%	51,9%	869	547	944	150	80	58	15	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	7,6 p.p.	8,7 p.p.	21,2 p.p.
OneDrive	21,1%	25,2%	17,1%	18,8%	16,4%	17,8%	19,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,9 p.p.	2,4 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	5,3 p.p.	6,0 p.p.	19,9 p.p.
iCloud	11,7%	12,1%	8,4%	3,7%	12,2%	12,9%	5,2%	869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	2,6 p.p.	5,5 p.p.	5,6 p.p.	13,7 p.p.
MEO Cloud	9,8%	13,8%	10,0%	14,7%	11,9%	14,2%	39,2%	869	547	944	150	80	58	15	1,4 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	4,6 p.p.	6,0 p.p.	20,7 p.p.
Google Hangouts	4,1%	4,1%	4,8%	4,2%	4,5%	1,9%		869	547	944	150	80	58		0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	12,4 p.p.
Office 365	11,7%	6,3%	8,0%	10,5%	7,2%	7,5%	13,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,6 p.p.	12,9 p.p.
Team Viewer	11,3%	10,1%		7,1%	12,0%	5,4%		869	547	944	150	80	58		1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	4,8 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.
Salesforce	0,2%	0,5%	0,4%					869	547	944					0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.				
Outro	2,4%	1,0%	2,5%	0,3%				869	547	944	150				0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.		0,8 p.p.	
Nenhum	27,4%	26,5%	28,6%	34,4%	28,2%	34,3%	25,0%	869	547	944	150	80	58	15	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	8,1 p.p.	8,4 p.p.	18,9 p.p.
Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Dropbox	34,7%	46,0%	37,7%	46,2%	34,2%	28,7%	67,4%	371	234	398	56	36	23	8	3,6 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	12,7 p.p.	13,1 p.p.	30,4 p.p.
Google Drive	30,8%	24,5%	33,2%	16,0%	16,4%	28,7%		371	234	398	56	36	23		3,4 p.p.	4,2 p.p.	3,2 p.p.	7,1 p.p.	8,5 p.p.	12,7 p.p.	8,4 p.p.
OneDrive	14,5%	14,2%	12,0%	14,5%	14,8%	29,6%		371	234	398	56	36	23		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	9,0 p.p.	9,9 p.p.	18,4 p.p.
iCloud	3,8%	2,8%	1,1%	0,2%	4,9%			371	234	398	56	36			1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	9,5 p.p.	2,1 p.p.	
MEO Cloud	6,9%	7,1%	5,9%	14,6%	23,2%	4,1%	25,7%	371	234	398	56	36	23	8	1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.	6,3 p.p.	10,4 p.p.	8,0 p.p.	26,0 p.p.
Google Hangouts	1,0%		2,0%			1,1%		371		398			23		0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.		1,9 p.p.	
Office 365	5,2%	1,4%	2,9%	7,8%	1,8%	3,6%	6,9%	371	234	398	56	36	23	8	1,3 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	5,0 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	14,8 p.p.
Team Viewer	1,5%	2,8%	3,1%		4,7%	4,3%		371	234	398		36	23		1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.	4,6 p.p.	5,9 p.p.	
Salesforce																					
Outro	1,5%	1,2%	2,1%	0,7%				371	234	398	56				0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.		2,1 p.p.	
Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados																					
Google	96,2%	96,6%	97,1%	92,6%	97,1%	99,2%	100,0%	869	547	944	150	80	58	15	0,9 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	3,1 p.p.	3,6 p.p.	0,0 p.p.
Yahoo	11,0%	9,5%	12,8%	12,8%	9,6%	10,2%	1,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	4,1 p.p.	4,5 p.p.	13,3 p.p.
Bing	11,0%	15,6%	13,7%	10,3%	15,2%	12,4%	6,0%	869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	3,3 p.p.	5,2 p.p.	6,1 p.p.	14,8 p.p.
Ask	6,6%	4,6%	6,2%	1,8%	6,5%	9,4%		869	547	944	150	80	58		1,1 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	4,3 p.p.	4,4 p.p.	11,4 p.p.
Amazon	12,9%	14,9%	15,6%	10,4%	20,1%	15,2%	9,0%	869	547	944	150	80	58	15	1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,7 p.p.	4,8 p.p.	15,7 p.p.
Ebay	27,9%	28,3%	26,3%	16,8%	22,4%	34,4%	19,9%	869	547	944	150	80	58	15	2,1 p.p.	2,6 p.p.	1,9 p.p.	4,1 p.p.	6,4 p.p.	7,8 p.p.	18,3 p.p.
Groupon	12,0%	8,8%	11,6%	5,3%	3,7%	5,2%		869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	3,8 p.p.	1,4 p.p.	13,7 p.p.
OLX	50,5%	45,5%	52,6%	37,9%	45,6%	43,9%	35,7%	869	547	944	150	80	58	15	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,1 p.p.	8,0 p.p.	21,1 p.p.
Wikipedia	34,5%	41,9%	41,7%	32,2%	53,5%	23,8%	35,5%	869	547	944	150	80	58	15	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	4,9 p.p.	8,0 p.p.	7,5 p.p.	21,3 p.p.
Sapo	32,2%	30,3%	34,1%	35,7%	37,5%	24,8%	17,2%	869	547	944	150	80	58	15	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	7,7 p.p.	7,6 p.p.	20,0 p.p.
Outro	1,4%	1,9%	1,5%	1,6%	0,5%	3,2%	3,4%	869	547	944	150	80	58	15	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,4 p.p.	0,9 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.
Nenhum	1,2%	1,9%	0,8%	5,6%	2,1%			869	547	944	150	80			0,5 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	2,3 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	
Motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																					
Google	90,1%	91,6%	91,9%	91,3%	90,8%	91,6%	88,8%	495	307	539	75	41	35	8	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	6,3 p.p.	7,8 p.p.	23,8 p.p.
Yahoo	0,9%	0,1%		0,6%				495	307		75				0,5 p.p.	0,1 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
Bing	0,1%	0,8%	0,3%			1,6%		495	307	539			35		0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.			5,2 p.p.	
Ask	0,0%		0,1%					495		539					0,1 p.p.		0,2 p.p.				
Amazon	0,7%		0,3%					495		539					0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,3 p.p.				
Ebay	2,5%	2,4%	1,2%	3,4%		6,9%		495	307	539	75		35		1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,0 p.p.		5,7 p.p.	
Groupon	0,2%		0,2%				11,2%	495		539				8	0,6 p.p.		0,3 p.p.				12,1 p.p.
OLX	2,7%	4,0%	4,8%	0,9%	7,9%			495	307	539	75	41			1,1 p.p.	1,8 p.p.	1,2 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.		
Wikipedia	0,7%	0,2%	0,2%					495	307	539					0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.	1,6 p.p.		2,2 p.p.	
Sapo	1,4%	0,9%	0,9%	3,1%	1,3%			495	307	539	75	41			0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	2,1 p.p.	3,7 p.p.		22,0 p.p.
Outro	0,5%			0,7%				495		75					0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet																					
Sim	46,9%	49,3%	49,7%	47,1%	50,2%	38,4%	50,0%	869	547	944	150	80	58	15	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,2 p.p.	8,4 p.p.	21,4 p.p.
Não	49,3%	49,1%	46,6%	50,6%	47,0%	61,6%	50,0%	869	547	944	150	80	58	15	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,3 p.p.	8,4 p.p.	21,4 p.p.
NS/NR	3,8%	1,6%	3,7%	2,3%	2,9%			869	547	944	150	80			0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	1,2 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP																					
Preço	26,8%	25,0%	30,5%	33,6%	27,6%	36,9%	63,7%	291	206	363	58	30	26	7	3,5 p.p.	4,3 p.p.	3,3 p.p.	7,5 p.p.	12,8 p.p.	11,0 p.p.	33,7 p.p.
Qualidade do serviço	34,7%	33,6%	26,5%	29,0%	32,4%	31,5%	56,2%	291	206	363	58	30	26	7	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,1 p.p.	7,8 p.p.	12,8 p.p.	11,7 p.p.	34,5 p.p.
Funcionalidades do serviço	53,0%	54,0%	46,6%	44,3%	42,2%	45,3%	60,0%	291	206	363	58	30	26	7	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,1 p.p.	13,0 p.p.	12,3 p.p.	34,2 p.p.
Realização de chamadas em grupo	19,1%	23,1%	16,7%	15,2%	17,7%	25,8%	52,7%	291	206	363	58	30	26	7	2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,6 p.p.	5,4 p.p.	10,1 p.p.	9,5 p.p.	34,6 p.p.
Realização de videochamadas	42,0%	55,1%	38,9%	21,2%	40,9%	47,1%	50,5%	291	206	363	58	30	26	7	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	7,6 p.p.	12,9 p.p.	12,4 p.p.	34,6 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário	59,4%	63,7%	61,8%	53,2%	66,1%	78,2%	65,8%	291	206	363	58	30	26	7	3,9 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,1 p.p.	12,1 p.p.	10,8 p.p.	33,4 p.p.
Conselho de amigos	18,9%	16,9%	18,9%	21,3%	23,4%	18,0%		291	206	363	58	30	26		3,2 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	7,1 p.p.	11,4 p.p.	10,2 p.p.	12,6 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	35,8%	37,8%	37,8%	34,4%	45,8%	48,3%	63,6%	291	206	363	58	30	26	7	3,8 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,0 p.p.	13,0 p.p.	12,3 p.p.	33,7 p.p.
Outros	1,5%		1,7%					291		363					0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.		2,2 p.p.	
NS/NR	0,8%	0,6%	1,4%	1,2%				291	206	363	58				0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.		1,6 p.p.	

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas																					
Preço	30,4%	37,1%	25,9%	31,0%	30,8%	18,5%	33,8%	439	247	470	81	42	24	7	3,1 p.p.	4,0 p.p.	2,8 p.p.	7,1 p.p.	10,7 p.p.	9,8 p.p.	27,2 p.p.
Qualidade do serviço	34,9%	33,2%	26,8%	33,9%	29,7%	17,1%	63,2%	439	247	470	81	42	24	7	3,2 p.p.	4,1 p.p.	2,8 p.p.	7,2 p.p.	10,0 p.p.	11,3 p.p.	28,0 p.p.
Funcionalidades do serviço	46,8%	61,0%	53,1%	50,1%	51,5%	35,4%	91,7%	439	247	470	81	42	24	7	3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	25,4 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	27,3%	34,2%	24,3%	20,5%	37,8%	29,6%	31,6%	439	247	470	81	42	24	7	3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	6,0 p.p.	10,7 p.p.	11,3 p.p.	24,1 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	26,3%	28,3%	21,9%	16,8%	31,5%	20,5%	33,9%	439	247	470	81	42	24	7	2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	5,3 p.p.	10,1 p.p.	10,5 p.p.	24,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	26,8%	42,7%	26,5%	24,2%	20,5%	18,7%	31,6%	439	247	470	81	42	24	7	3,0 p.p.	4,1 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	9,6 p.p.	9,7 p.p.	24,1 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas nect	56,6%	69,6%	63,1%	45,1%	73,5%	48,5%	65,5%	439	247	470	81	42	24	7	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,4 p.p.	28,3 p.p.
Conselho de amigos	12,9%	11,3%	13,1%	9,7%	10,1%	10,1%	6,8%	439	247	470	81	42	24	7	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	7,9 p.p.	7,0 p.p.	12,5 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	43,3%	59,1%	49,9%	34,9%	51,1%	42,9%	57,2%	439	247	470	81	42	24	7	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	28,0 p.p.
Outros	1,3%	0,7%	2,6%	0,5%	7,1%	0,5%	7,1%	439	247	470	81	42	24	7	0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	4,2 p.p.	4,2 p.p.
NS/NR	2,7%	1,9%	3,2%	1,9%				439	247	470	81	42	24	7	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.	2,1 p.p.	1,3 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual																					
Preço	27,2%	22,7%	21,4%	30,0%	32,0%	19,0%	69,9%	475	302	514	80	43	31	9	2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	6,5 p.p.	9,7 p.p.	9,5 p.p.	29,1 p.p.
Qualidade do serviço	45,7%	44,5%	44,5%	44,8%	52,4%	44,7%	72,8%	475	302	514	80	43	31	9	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,4 p.p.	11,7 p.p.	28,8 p.p.
Funcionalidades do serviço	69,9%	68,5%	64,6%	64,1%	82,0%	61,5%	56,9%	475	302	514	80	43	31	9	3,0 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	9,8 p.p.	10,8 p.p.	28,4 p.p.
Conselho de amigos	19,1%	19,8%	14,3%	17,1%	17,2%	4,1%		475	302	514	80	43	31	9	2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,8 p.p.	7,7 p.p.	
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	2,2%	1,4%	1,7%	0,2%	3,6%	6,9%		475	302	514	80	43	31	9	0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	
Outros	1,0%	1,8%	0,6%					475	302	514	80	43	31	9	0,6 p.p.	1,2 p.p.	0,5 p.p.		2,9 p.p.		
NS/NR	5,6%	5,2%	10,0%	8,2%	3,8%	4,7%		475	302	514	80	43	31	9	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	3,6 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de redes sociais																					
Qualidade do serviço	31,7%	25,2%	26,0%	26,6%	24,0%	29,4%		481	310	495	87	42	35		3,0 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	9,8 p.p.	11,3 p.p.	33,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	58,4%	53,0%	56,1%	56,4%	27,1%	65,6%	46,5%	481	310	495	87	42	35	6	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	12,8 p.p.	34,6 p.p.
Conselho de amigos	29,1%	25,0%	23,5%	25,9%	30,4%	21,9%	16,8%	481	310	495	87	42	35	6	2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	6,7 p.p.	11,6 p.p.	11,2 p.p.	15,9 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	67,4%	75,9%	68,1%	60,1%	76,5%	69,6%	85,2%	481	310	495	87	42	35	6	3,0 p.p.	3,5 p.p.	3,0 p.p.	7,4 p.p.	11,5 p.p.	10,2 p.p.	14,9 p.p.
Outros	0,9%	1,1%	2,3%	0,6%	3,4%			481	310	495	87	42	35	6	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	3,2 p.p.		
NS/NR	2,6%	3,7%	2,2%	0,9%	2,7%	1,1%		481	310	495	87	42	35	6	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	2,9 p.p.	2,0 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros																					
Preço	28,7%	36,0%	26,1%	32,1%	31,9%	46,4%	23,0%	371	234	398	56	36	23	8	3,4 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,8 p.p.	12,0 p.p.	11,8 p.p.	24,9 p.p.
Segurança da informação	37,0%	37,6%	29,2%	41,8%	54,9%	59,4%	36,5%	371	234	398	56	36	23	8	3,6 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	8,8 p.p.	13,0 p.p.	13,7 p.p.	29,0 p.p.
Qualidade do serviço	55,1%	56,1%	46,3%	44,7%	37,9%	67,7%	82,4%	371	234	398	56	36	23	8	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,9 p.p.	11,9 p.p.	13,7 p.p.	27,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	60,3%	58,2%	54,7%	41,0%	54,7%	72,1%	72,1%	371	234	398	56	36	23	8	3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	13,1 p.p.	11,8 p.p.	29,4 p.p.
Partilha de ficheiros entre grupos de util	42,6%	47,5%	47,6%	37,9%	23,0%	44,2%	47,2%	371	234	398	56	36	23	8	3,6 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	11,8 p.p.	13,2 p.p.	30,6 p.p.
Utilização do serviço em qualquer dispo	43,7%	49,3%	48,3%	49,5%	12,2%	43,8%	71,3%	371	234	398	56	36	23	8	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	8,6 p.p.	13,3 p.p.	27,0 p.p.
Elevada capacidade de armazenamento	40,6%	41,3%	44,6%	30,9%	43,5%	40,4%	60,2%	371	234	398	56	36	23	8	3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	12,6 p.p.	13,5 p.p.	30,9 p.p.
Ausência de limitação de tamanho do fi	11,3%	11,1%	15,0%	20,0%	20,6%	3,6%	27,9%	371	234	398	56	36	23	8	2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	9,3 p.p.	4,0 p.p.	26,7 p.p.
Conselho de amigos	14,1%	19,7%	15,5%	14,1%	11,3%	11,3%	5,8%	371	234	398	56	36	23	8	2,6 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	5,4 p.p.	9,3 p.p.	9,2 p.p.	13,6 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	10,1%	8,1%	11,3%	1,0%	5,4%	14,5%		371	234	398	56	36	23	8	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.	4,1 p.p.	5,0 p.p.	6,8 p.p.	
Outros	1,8%	0,2%	0,9%					371	234	398	56	36	23	8	0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.				
NS/NR	1,1%	1,3%	3,5%	2,0%				371	234	398	56	36	23	8	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	3,6 p.p.	7,5 p.p.	2,5 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico																					
Qualidade do serviço	67,7%	69,1%	69,0%	66,1%	50,4%	60,2%	31,0%	495	307	539	75	41	35	8	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,6 p.p.	12,1 p.p.	27,0 p.p.
Funcionalidades do serviço	68,9%	64,7%	66,0%	60,6%	62,4%	72,8%	27,8%	495	307	539	75	41	35	8	3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,7 p.p.	12,1 p.p.	22,6 p.p.
Conselho de amigos	14,0%	9,1%	10,1%	8,8%	3,5%	11,3%		495	307	539	75	41	35	8	2,2 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.	4,5 p.p.	4,4 p.p.	6,2 p.p.	
Ausência de limites para o tipo de inform	34,6%	29,0%	33,3%	28,3%	33,8%	35,7%	32,5%	495	307	539	75	41	35	8	3,0 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	10,1 p.p.	11,6 p.p.	26,0 p.p.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	69,7%	63,9%	66,7%	65,7%	45,3%	49,8%	73,9%	495	307	539	75	41	35	8	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,6 p.p.	12,7 p.p.	25,5 p.p.
Diversas fontes de informaçã	50,5%	44,2%	53,3%	47,6%	36,5%	37,9%	21,4%	495	307	539	75	41	35	8	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	11,7 p.p.	12,3 p.p.	19,3 p.p.
Compras mais eficientes	2,5%	2,2%	2,5%	3,4%		6,9%	11,2%	495	307	539	75	41	35	8	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.		4,9 p.p.	12,1 p.p.
Maior leque de escolha/ oferta	4,2%	3,1%	2,7%	3,4%	3,5%			495	307	539	75	41	35	8	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	
Preços reduzidos	4,2%	2,4%	2,6%	3,4%	4,4%	6,9%	11,2%	495	307	539	75	41	35	8	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	5,3 p.p.	12,1 p.p.
Serviços personalizados	0,2%		1,2%		4,4%			495		539		41			0,6 p.p.		0,5 p.p.		3,6 p.p.		
Comodidade do processo de compra	1,9%	0,5%	1,9%	0,7%		6,9%		495	307	539	75		35		0,9 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.			4,9 p.p.
Eliminação de distâncias física	1,1%	0,7%	0,7%	3,4%			11,2%	495	307	539	75		8		0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.		2,2 p.p.	12,1 p.p.
Acesso 24 horas por dia	1,1%	0,9%	2,2%	1,6%				495	307	539	75		8		0,9 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.			12,1 p.p.
Outros	0,5%	0,9%	2,3%		4,8%			495	307	539	75		41		0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	3,7 p.p.		
NS/NR	0,5%	2,3%	2,0%	1,1%		1,3%		495	307	539	75		35		0,6 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	
Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal																					
ChatOn	10,2%	10,2%	9,8%	12,1%	16,0%	13,3%	17,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	6,1 p.p.	5,4 p.p.	14,4 p.p.
Wasabee	5,3%	3,4%	5,2%	6,1%	5,9%	3,4%	1,4%	869	547	944	150	80	58	15	1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	12,1 p.p.
Amazon Instant Video	10,2%	11,6%	13,1%	8,0%	22,0%	16,0%		869	547	944	150	80	58	15	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	3,5 p.p.	5,9 p.p.	6,3 p.p.	14,9 p.p.
BBC iplayer	7,4%	7,9%	7,7%	6,8%	13,9%	11,8%	23,2%	869	547	944	150	80	58	15	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	2,9 p.p.	5,4 p.p.	5,2 p.p.	18,6 p.p.
HBO Go	7,8%	10,3%	6,5%	9,2%	13,7%	5,4%		869	547	944											

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal																					
ChatOn	29,2%	44,5%	31,3%	51,4%	57,9%	45,2%	8,0%	81	56	84	18	10	10	2	7,0 p.p.	9,6 p.p.	6,4 p.p.	14,7 p.p.	23,5 p.p.	23,1 p.p.	37,5 p.p.
Wasabee	31,5%	51,8%	30,5%	28,4%				38	18	48	6				9,3 p.p.	14,7 p.p.	9,3 p.p.	24,1 p.p.			44,8 p.p.
Amazon Instant Video	47,4%	46,3%	40,9%	71,7%	58,4%	60,1%		99	53	116	14	12	11		7,0 p.p.	9,1 p.p.	6,2 p.p.	14,7 p.p.	25,3 p.p.	21,4 p.p.	
BBC iplayer	68,0%	36,8%	49,7%	41,2%	36,1%	68,6%	100,0%	71	44	71	9	10	5	4	8,1 p.p.	10,5 p.p.	7,8 p.p.	17,7 p.p.	25,7 p.p.	31,0 p.p.	0,0 p.p.
HBO Go	51,7%	39,2%	48,8%	60,3%	35,9%	72,5%		75	54	95	7	9	6	3	7,5 p.p.	9,3 p.p.	6,4 p.p.	17,5 p.p.	28,2 p.p.	26,7 p.p.	0,0 p.p.
Hulu	36,3%	23,9%	38,6%	62,8%	46,4%			55	39	78	5	7		1	9,3 p.p.	10,4 p.p.	7,9 p.p.	27,1 p.p.	36,9 p.p.	21,4 p.p.	0,0 p.p.
Netflix	73,0%	76,8%	73,6%	72,6%	74,4%	81,4%	48,5%	355	220	425	50	34	16	8	3,2 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	8,3 p.p.	12,6 p.p.	14,0 p.p.	30,5 p.p.
Sky Go	36,4%	38,0%	32,3%	78,4%	46,6%	78,9%	100,0%	73	43	75	15	8	11	1	7,6 p.p.	9,7 p.p.	7,6 p.p.	15,6 p.p.	26,8 p.p.	20,4 p.p.	0,0 p.p.
Wuaki TV	21,7%	53,0%	12,4%	100,0%		65,4%		10	2	5	2		3		16,1 p.p.	25,5 p.p.	17,4 p.p.	46,1 p.p.		43,7 p.p.	
Pandora	29,0%	39,0%	32,1%	44,8%	35,8%	32,1%	69,1%	127	66	100	16	12	6	4	5,6 p.p.	8,3 p.p.	6,0 p.p.	14,9 p.p.	25,3 p.p.	17,3 p.p.	39,6 p.p.
Vevo	44,8%	38,9%	41,4%	54,0%	29,0%	55,7%	44,4%	263	149	283	36	29	15	5	4,2 p.p.	5,3 p.p.	3,8 p.p.	10,2 p.p.	13,5 p.p.	16,1 p.p.	39,1 p.p.
Uber	35,3%	42,6%	44,7%	54,3%	39,3%	46,0%	58,5%	315	172	394	41	26	18	5	3,8 p.p.	5,0 p.p.	3,3 p.p.	9,3 p.p.	16,0 p.p.	15,7 p.p.	36,9 p.p.
Nenhum																					
Outro	18,0%	18,5%	20,3%	17,8%	19,7%	16,3%	5,6%	562	337	616	86	56	34	11	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	9,0 p.p.	9,0 p.p.	10,0 p.p.
Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	32,9%	35,6%	30,6%	31,8%	58,8%	38,5%	34,2%	291	206	363	58	30	26	7	3,6 p.p.	4,5 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	12,7 p.p.	11,4 p.p.	33,3 p.p.
Entre 1 a 15 min.	28,1%	26,4%	27,1%	34,2%	11,2%	33,1%		291	206	363	58	30	26		3,5 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,8 p.p.	11,1 p.p.	11,0 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	15,1%	13,7%	15,5%	9,6%	11,4%	12,9%	33,7%	291	206	363	58	30	26	7	2,9 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	5,0 p.p.	7,9 p.p.	10,7 p.p.	32,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	12,0%	12,6%	11,0%	4,8%	8,3%	1,7%		291	206	363	58	30	26	7	2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,1 p.p.	5,5 p.p.	8,8 p.p.	2,8 p.p.	10,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,3%	8,5%	8,9%	8,1%	8,7%		29,9%	291	206	363	58	30		7	2,1 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	8,2 p.p.	6,9 p.p.	31,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,3%	3,0%	5,7%	4,1%	1,6%	13,7%		291	206	363	58	30	26		1,7 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	2,5 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,4%	0,3%	1,3%	3,5%				291	206	363	58				0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	2,2 p.p.		2,2 p.p.	
Média min.	29,6	26,1	37,0	42,6	18,5	35,2	35,5	291	206	363	58	30	26	7	5,8	6,7	7,3	20,0	10,3	20,5	38,7
Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	15,2%	16,0%	16,2%	18,5%	11,8%	3,4%		291	206	363	58	30	26		2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	8,6 p.p.	7,4 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	33,5%	23,5%	27,1%	23,2%	18,7%	43,4%	36,4%	291	206	363	58	30	26	7	3,8 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	6,7 p.p.	12,0 p.p.	11,8 p.p.	33,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	18,2%	19,3%	22,7%	25,9%	22,3%	32,5%		291	206	363	58	30	26		2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	9,8 p.p.	11,1 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	16,0%	25,7%	14,0%	19,4%	14,6%	7,0%	33,7%	291	206	363	58	30	26	7	2,8 p.p.	3,8 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	8,3 p.p.	8,5 p.p.	32,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	13,2%	11,6%	13,7%	5,6%	27,3%	5,6%	29,9%	291	206	363	58	30	26	7	2,7 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,3 p.p.	11,0 p.p.	6,2 p.p.	31,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	3,6%	3,6%	5,4%	4,5%	3,6%	8,2%		291	206	363	58	30	26		1,7 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,6 p.p.	4,9 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,2%	0,3%	0,9%	1,7%				291	206	363	58	30			0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.		2,5 p.p.		
Média min.	34,4	37,3	42,0	33,6	53,8	36,1	45,0	291	206	363	58	30	26	7	5,9	5,5	6,5	12,3	16,1	17,5	33,6
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	29,3%	21,8%	23,6%	25,2%	30,5%	21,0%	10,0%	291	206	363	58	30	26	7	3,4 p.p.	3,9 p.p.	3,0 p.p.	6,5 p.p.	11,1 p.p.	8,1 p.p.	23,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,5%	27,4%	24,5%	31,7%	17,2%	35,7%	24,2%	291	206	363	58	30	26	7	3,2 p.p.	4,4 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	11,7 p.p.	12,2 p.p.	29,3 p.p.
Entre 15 a 30 min.	15,2%	9,4%	15,1%	4,3%	15,1%	13,4%		291	206	363	58	30	26		2,9 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	4,5 p.p.	8,5 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	12,3%	23,9%	15,6%	13,6%	24,0%	3,4%	33,7%	291	206	363	58	30	26	7	2,7 p.p.	3,5 p.p.	2,4 p.p.	5,5 p.p.	9,6 p.p.	8,0 p.p.	32,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	15,4%	10,9%	13,3%	18,6%	11,1%	11,1%	32,1%	291	206	363	58	30	26	7	2,7 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	6,4 p.p.	5,1 p.p.	7,2 p.p.	32,0 p.p.
Entre 2 a 5 horas	4,8%	6,0%	5,5%	2,1%	11,9%			291	206	363	58	30	26		1,8 p.p.	2,2 p.p.	1,6 p.p.	3,4 p.p.	9,2 p.p.	6,9 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,6%	0,5%	2,5%	4,5%	1,9%			291	206	363	58	30	26		1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	3,2 p.p.		4,5 p.p.	
Média min.	37,5	40,3	48,5	54,0	42,5	52,2	46,0	291	206	363	58	30	26	7	7,3	6,4	8,0	23,5	23,1	30,0	33,8
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	24,0%	17,3%	15,7%	12,1%	19,9%	12,2%		291	206	363	58	30	26		3,2 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	6,0 p.p.	9,7 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	20,9%	27,1%	24,3%	30,1%	33,1%	30,1%	28,5%	291	206	363	58	30	26	7	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	12,5 p.p.	10,3 p.p.	32,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	20,5%	11,1%	20,5%	22,5%	8,7%	9,0%	7,9%	291	206	363	58	30	26	7	3,0 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.	6,2 p.p.	7,9 p.p.	10,6 p.p.	18,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,3%	20,0%	14,7%	7,7%	16,3%	23,8%	26,3%	291	206	363	58	30	26	7	2,8 p.p.	3,6 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	9,1 p.p.	8,8 p.p.	30,2 p.p.
Entre 1 a 2 horas	11,5%	16,3%	14,1%	13,0%	18,8%	3,4%	37,3%	291	206	363	58	30	26	7	2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,4 p.p.	9,4 p.p.	3,2 p.p.	33,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,8%	7,9%	8,5%	3,2%	19,8%			291	206	363	58	30	26		2,0 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	6,5 p.p.	9,9 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,0%	0,3%	2,1%	4,5%	1,7%			291	206	363	58	30	26		0,7 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.		4,4 p.p.	
Média min.	42,8	46,3	54,7	67,2	35,7	68,4	49,4	291	206	363	58	30	26	7	6,6	6,4	7,5	22,1	14,8	33,8	33,2
Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	12,6%	11,6%	13,4%	19,3%	19,0%	2,2%		439	247	470	81	42	24	7	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	9,3 p.p.	6,9 p.p.	12,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	27,1%	22,9%	34,1%	32,0%	24,1%	34,4%	6,0%	439	247	470	81	42	24	7	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,5 p.p.	10,5 p.p.	14,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	22,2%	20,3%	18,1%	14,9%	31,1%	4,2%	50,4%	439	247	470	81	42	24	7	2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	5,5 p.p.	8,9 p.p.	8,0 p.p.	27,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,9%	25,4%	11,0%	16,3%	13,9%			439	247	470	81	42	24		2,3 p.p.	3,5 p.p.	2,0 p.p.	5,7 p.p.	6,0 p.p.	7,7 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	11,4%	9,7%	13,4%	12,7%	2,7%	20,6%		439	247	470	81	42	24		2,2 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.	9,0 p.p.	16,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	8,1%	8,0%	8,3%	6,9%	4,6%	24,4%	9,0%	439	247	470	81	42	24	7	1,8 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	3,2 p.p.	6,2 p.p.	7,7 p.p.	20,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,8%	2,2%	1,7%	0,2%	1,2%	2,6%	32,4%	439	247	470	81	42	24	7	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	24,3 p.p.
Média min.	55,7	54,7	50,0	35,4	39,0	92,8	195,8	439	247	470	81	42	24	7	7,5	10,0	7,3	13,0	19,2	28,1	163,6
Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	9,3%	6,7%	10,2%	5,4%	6,1%	9,0%	6,0%	439	247	470	81	42	24	7	1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	3,2 p.p.	7,0 p.p.	6,8 p.p.	11,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	25,9%	19,1%	27,3%	34,1%	25,9%	34,4%	50,4%	439													

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																							
Não acede	15,0%	8,4%	12,9%	22,0%	3,0%	7,6%			439	247	470	81	42	24			2,2 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	4,1 p.p.	6,4 p.p.	7,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	21,8%	21,2%	30,0%	17,4%	22,9%	33,9%	17,2%		439	247	470	81	42	24	7		2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.	5,8 p.p.	10,7 p.p.	10,7 p.p.	20,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	21,1%	16,9%	17,4%	24,5%	35,0%	1,7%	50,4%		439	247	470	81	42	24	7		2,7 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	9,6 p.p.	8,1 p.p.	27,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	14,9%	19,1%	11,2%	13,9%	12,1%	15,1%			439	247	470	81	42	24			2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,0 p.p.	5,6 p.p.	7,5 p.p.	8,2 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	14,9%	18,1%	15,7%	11,0%	17,4%	7,5%	6,8%		439	247	470	81	42	24	7		2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	4,7 p.p.	5,3 p.p.	8,0 p.p.	12,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,5%	10,8%	9,8%	12,3%	13,5%	21,7%	25,6%		439	247	470	81	42	24	7		2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,7 p.p.	4,4 p.p.	6,2 p.p.	8,0 p.p.	27,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	5,5%	3,0%	2,6%	2,6%	2,6%			439	247	470	81	42	24			1,2 p.p.	2,0 p.p.	1,3 p.p.	2,5 p.p.	4,6 p.p.	4,0 p.p.	
Média min.	61,2	81,0	61,3	57,5	66,5	84,2	72,6		439	247	470	81	42	24	7		8,6	13,5	8,9	18,7	34,8	28,1	69,6
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																							
Não acede	13,0%	7,3%	13,4%	9,6%	6,2%	14,2%	6,0%		439	247	470	81	42	24	7		2,2 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	6,6 p.p.	7,9 p.p.	11,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	24,1%	16,9%	25,6%	18,5%	13,0%	31,4%	25,6%		439	247	470	81	42	24	7		2,8 p.p.	3,5 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	10,5 p.p.	10,0 p.p.	24,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	15,9%	17,5%	17,0%	11,1%	23,7%	11,1%	31,6%		439	247	470	81	42	24	7		2,3 p.p.	3,4 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	7,3 p.p.	6,5 p.p.	24,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	14,1%	20,3%	14,1%	22,6%	21,5%	5,5%	2,2%		439	247	470	81	42	24	7		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,1 p.p.	6,2 p.p.	7,8 p.p.	8,5 p.p.	7,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	17,1%	21,5%	16,4%	7,9%	29,6%	29,5%			439	247	470	81	42	24			2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	13,5%	10,4%	9,0%	13,8%	16,1%	19,3%	34,5%		439	247	470	81	42	24	7		2,2 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	6,7 p.p.	8,3 p.p.	28,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,4%	6,0%	4,4%	3,9%	2,6%				439	247	470	81	42	24			1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.		
Média min.	67,6	86,5	68,6	73,1	86,6	72,1	82,7		439	247	470	81	42	24	7		8,6	12,9	9,9	20,2	19,9	21,7	73,4
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual																							
Dias úteis das 7 às 19 horas:																							
Não acede	18,3%	20,9%	24,1%	18,3%	9,6%	27,3%	2,1%		475	302	514	80	43	31	9		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	6,8 p.p.	9,9 p.p.	7,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	24,6%	22,9%	26,8%	26,1%	18,7%	5,2%	37,1%		475	302	514	80	43	31	9		2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,8 p.p.	6,5 p.p.	10,8 p.p.	9,7 p.p.	28,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	23,1%	22,7%	14,4%	19,1%	14,9%	24,4%	2,4%		475	302	514	80	43	31	9		2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	8,9 p.p.	10,0 p.p.	8,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,7%	12,7%	17,2%	17,8%	9,5%	8,8%			475	302	514	80	43	31			2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	6,5 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	11,9%	15,3%	11,1%	10,4%	16,1%	14,1%	58,4%		475	302	514	80	43	31	9		2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	7,1 p.p.	7,0 p.p.	28,8 p.p.
Entre 2 a 5 horas	3,3%	3,5%	4,8%	5,4%	30,0%	11,7%			475	302	514	80	43	31			1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,9 p.p.	8,9 p.p.	5,6 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,1%	2,1%	1,6%	2,9%	1,1%	8,4%			475	302	514	80	43	31			0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	
Média min.	38,3	44,4	41,3	49,8	92,3	90,1	56,1		475	302	514	80	43	31	9		5,1	6,3	5,4	17,6	29,4	37,2	34,8
Dias úteis das 19 às 7 horas:																							
Não acede	8,6%	9,0%	9,2%	2,6%	7,0%	2,2%	6,7%		475	302	514	80	43	31	9		1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	3,8 p.p.	6,1 p.p.	6,0 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	24,3%	16,1%	21,7%	26,7%	15,8%	10,9%	34,1%		475	302	514	80	43	31	9		2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	6,4 p.p.	9,7 p.p.	9,0 p.p.	26,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	25,3%	22,3%	26,2%	20,8%	13,3%	33,7%	2,2%		475	302	514	80	43	31	9		2,8 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	8,0 p.p.	10,8 p.p.	13,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,8%	21,1%	19,2%	23,9%	13,4%	20,7%			475	302	514	80	43	31			2,6 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	9,0 p.p.	9,8 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	16,7%	19,6%	16,5%	14,8%	8,9%	14,3%	57,0%		475	302	514	80	43	31	9		2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	6,6 p.p.	6,5 p.p.	28,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	4,6%	10,5%	6,6%	11,1%	41,6%	18,1%			475	302	514	80	43	31			1,6 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	4,4 p.p.	10,2 p.p.	7,8 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,8%	1,4%	0,7%						475	302	514	80	43	31			0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,4 p.p.	1,4 p.p.			
Média min.	50,1	62,8	48,4	54,2	105,7	68,7	54,5		475	302	514	80	43	31	9		6,3	7,0	5,0	13,8	28,7	20,4	35,0
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																							
Não acede	13,9%	10,7%	17,6%	10,4%	13,4%	16,8%	6,7%		475	302	514	80	43	31	9		2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	7,3 p.p.	7,6 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	16,4%	16,1%	22,1%	17,8%	13,0%	8,1%	31,9%		475	302	514	80	43	31	9		2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	9,3 p.p.	10,4 p.p.	26,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	23,7%	18,7%	15,6%	23,5%	12,5%	22,8%	2,1%		475	302	514	80	43	31	9		2,8 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	8,2 p.p.	10,1 p.p.	13,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	23,5%	18,4%	17,0%	19,3%	15,2%	12,6%			475	302	514	80	43	31			2,5 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	7,6 p.p.	6,5 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	13,6%	22,2%	14,5%	12,5%	11,6%	18,5%	43,4%		475	302	514	80	43	31	9		2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	9,0 p.p.	8,4 p.p.	28,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,9%	9,3%	10,2%	11,1%	34,0%	19,7%	15,9%		475	302	514	80	43	31	9		1,9 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	4,6 p.p.	9,4 p.p.	7,6 p.p.	25,8 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,0%	4,5%	2,9%	5,4%	0,3%				475	302	514	80	43	31			1,0 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.	3,0 p.p.	1,0 p.p.	2,1 p.p.	
Média min.	57,2	76,4	62,1	77,6	94,2	77,3	75,5		475	302	514	80	43	31	9		7,9	10,4	7,3	22,4	28,6	22,1	58,3
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																							
Não acede	13,1%	10,5%	8,7%	4,6%	13,2%	9,1%	6,7%		475	302	514	80	43	31	9		2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,3 p.p.	8,3 p.p.	7,2 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	18,7%	11,5%	19,5%	19,5%	8,4%	14,5%	29,7%		475	302	514	80	43	31	9		2,7 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	5,6 p.p.	8,4 p.p.	9,4 p.p.	26,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	17,1%	15,5%	22,5%	15,1%	16,9%	23,2%	2,2%		475	302	514	80	43	31	9		2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,1 p.p.	7,7 p.p.	10,2 p.p.	7,9 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	22,5%	21,0%	17,5%	16,5%	16,3%	13,6%			475	302	514	80	43	31			2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	8,0 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	18,0%	24,6%	19,1%	27,4%	15,0%	29,0%	47,1%		475	302	514	80	43	31	9		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	8,2 p.p.	8,9 p.p.	28,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,1%	13,4%	10,9%	14,4%	29,9%	10,7%	14,3%		475	302	514	80	43	31	9		2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	5,0 p.p.	10,0 p.p.	6,1 p.p.	25,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,4%	3,5%	1,8%	2,6%	0,3%				475	302	514	80	43	31			1,1 p.p.	1,3 p.p.	0,7 p.p.	2,2 p.p.	1,0 p.p.	2,8 p.p.	
Média min.	64,1	82,0	63,9	80,2	89,7	61,0	75,3		475	302	514	80	43	31	9		9,0	10,0	6,7	18,0	28,9	21,2	56,3
Tempo médio dedicado à utilização de redes sociais																							
Dias úteis das 7 às 19 horas:																							
Não acede	7,9%	9,2%	10,6%	15,5%	11,1%	18,1%	11,5%		481	310	495	87	42	35	6		1,9 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	8,3 p.p.	10,8 p.p.	13,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	24,3%	20,3%	18,8%	16,6%	16,1%	20,3%			481	310	495	87	42	35			2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	6,0 p.p.	10,6 p.p.	9,9 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	16,6%	16,7%	19,1%	18,3%	12,7%	23,1%			481	310	495	87	42	35			2,6 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	5,5 p.p.	7,0 p.p.	10,8 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	20,1%	18,6%	16,1%	9,2																			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	4,6%	3,3%	6,9%	5,6%	4,5%	1,3%		481	310	495	87	42	35		1,5 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	2,7 p.p.	10,3 p.p.	5,9 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	15,7%	10,9%	13,0%	8,1%	12,3%	34,2%		481	310	495	87	42	35		2,4 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	7,2 p.p.	11,4 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	19,2%	13,5%	15,3%	18,2%	7,3%	13,4%		481	310	495	87	42	35		2,6 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	5,8 p.p.	7,6 p.p.	10,0 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	15,1%	24,3%	19,6%	21,4%	24,8%	29,3%	28,3%	481	310	495	87	42	35	6	2,5 p.p.	3,4 p.p.	2,5 p.p.	6,1 p.p.	9,5 p.p.	11,9 p.p.	20,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	22,7%	28,9%	27,6%	23,4%	35,8%	14,0%	52,0%	481	310	495	87	42	35	6	2,6 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	6,1 p.p.	10,4 p.p.	7,3 p.p.	34,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	19,0%	15,7%	14,0%	17,1%	14,3%	1,5%	19,7%	481	310	495	87	42	35	6	2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	6,1 p.p.	6,9 p.p.	6,0 p.p.	34,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,7%	3,5%	3,6%	6,1%	1,0%	6,3%		481	310	495	87	42	35		1,1 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	3,9 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	
Média min.	91,5	91,6	85,8	102,7	81,0	67,0	100,9	481	310	495	87	42	35	6	9,7	10,4	8,0	28,6	21,8	31,3	66,7
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	10,0%	6,0%	5,8%	6,0%	8,0%	25,6%		481	310	495	87	42	35		2,0 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	5,8 p.p.	11,0 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	17,4%	15,1%	16,3%	13,0%	15,1%	11,7%	33,8%	481	310	495	87	42	35	6	2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,5 p.p.	10,6 p.p.	9,0 p.p.	34,6 p.p.
Entre 15 a 30 min.	18,5%	13,7%	17,1%	16,3%	13,7%	19,3%		481	310	495	87	42	35		2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	5,3 p.p.	9,5 p.p.	10,2 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	16,5%	19,6%	17,7%	17,8%	20,6%	17,7%		481	310	495	87	42	35		2,5 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,4 p.p.	8,7 p.p.	10,3 p.p.	31,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	18,8%	24,8%	23,6%	19,2%	17,3%	16,5%	31,7%	481	310	495	87	42	35	6	2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	5,9 p.p.	8,8 p.p.	7,7 p.p.	21,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	13,6%	14,1%	13,6%	26,0%	17,1%	6,1%	19,7%	481	310	495	87	42	35	6	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	6,6 p.p.	7,7 p.p.	7,8 p.p.	17,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	5,2%	6,6%	6,0%	3,5%	6,2%	3,1%	14,8%	481	310	495	87	42	35	6	1,4 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,3 p.p.	14,9 p.p.
Média min.	85,0	98,8	93,3	101,0	98,5	56,5	148,1	481	310	495	87	42	35	6	10,7	12,7	10,0	25,7	32,3	24,8	69,0
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	7,9%	3,8%	8,0%	7,2%	7,3%	6,6%		481	310	495	87	42	35		1,7 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	10,8 p.p.	7,2 p.p.	31,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	13,8%	12,0%	12,9%	9,9%	9,5%	30,6%		481	310	495	87	42	35		2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,0 p.p.	7,3 p.p.	11,2 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	16,4%	10,6%	12,3%	14,0%	7,5%	23,5%	11,5%	481	310	495	87	42	35	6	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	5,3 p.p.	6,5 p.p.	10,0 p.p.	13,2 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,6%	19,1%	17,5%	17,8%	25,8%	10,5%	31,7%	481	310	495	87	42	35	6	2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	9,0 p.p.	10,3 p.p.	21,2 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,1%	31,6%	27,8%	23,6%	26,4%	19,4%	37,2%	481	310	495	87	42	35	6	2,6 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	6,1 p.p.	9,8 p.p.	9,5 p.p.	22,7 p.p.
Entre 2 a 5 horas	19,2%	17,0%	16,3%	23,8%	7,8%	19,7%		481	310	495	87	42	35	6	2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	6,5 p.p.	8,1 p.p.	7,8 p.p.	34,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	7,0%	5,9%	5,1%	3,7%	4,0%	1,5%		481	310	495	87	42	35		1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.	2,4 p.p.	
Média min.	105,6	106,0	97,1	102,3	99,3	54,2	91,6	481	310	495	87	42	35	6	13,1	12,0	9,2	26,9	31,0	22,6	105,8
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	21,9%	18,1%	25,6%	15,2%	20,3%	13,8%		371	234	398	56	36	23		3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	10,0 p.p.	9,5 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	38,3%	49,5%	41,3%	44,4%	19,0%	54,9%	54,5%	371	234	398	56	36	23	8	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,8 p.p.	11,9 p.p.	13,6 p.p.	31,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	18,8%	12,4%	15,3%	27,7%	18,9%	18,0%	5,0%	371	234	398	56	36	23	8	2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	7,8 p.p.	11,2 p.p.	10,3 p.p.	15,0 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,4%	11,3%	8,8%	7,0%	1,3%	6,6%	28,7%	371	234	398	56	36	23	8	2,0 p.p.	2,9 p.p.	2,1 p.p.	5,3 p.p.	3,3 p.p.	10,5 p.p.	27,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	9,5%	6,4%	6,2%	4,9%	40,5%	3,1%	6,9%	371	234	398	56	36	23	8	2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	4,5 p.p.	11,9 p.p.	5,7 p.p.	22,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	3,4%	1,8%	1,8%	0,7%				371	234	398	56				1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,8%	0,4%	1,1%			3,6%	5,0%	371	234	398			23	8	0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.		3,5 p.p.	12,7 p.p.
Média min.	30,3	23,7	25,6	18,9	42,8	32,7	49,9	371	234	398	56	36	23	8	6,4	7,8	4,6	7,6	17,2	17,7	51,4
Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	16,1%	11,8%	22,0%	21,5%	14,7%	15,2%	5,0%	371	234	398	56	36	23	8	2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.	11,0 p.p.	11,2 p.p.	12,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	46,2%	52,6%	42,0%	43,8%	37,2%	37,2%	60,2%	371	234	398	56	36	23	8	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,7 p.p.	11,5 p.p.	13,2 p.p.	30,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	18,7%	15,1%	16,6%	16,9%	26,3%	3,6%		371	234	398	56	36	23		2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	7,6 p.p.	11,1 p.p.	8,6 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	8,9%	12,7%	10,4%	16,8%	37,3%			371	234	398	56		23		2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	2,1 p.p.	12,3 p.p.	8,4 p.p.
Entre 1 a 2 horas	7,5%	5,4%	7,1%	1,0%	11,9%	3,1%	29,9%	371	234	398	56	36	23	8	1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	7,3 p.p.	3,2 p.p.	29,8 p.p.
Entre 2 a 5 horas	2,3%	2,0%	1,1%		28,7%			371	234	398		36			1,0 p.p.	1,5 p.p.	0,6 p.p.		10,5 p.p.	2,5 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,3%	0,4%	0,8%			3,6%	5,0%	371	234	398			23	8	0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	3,5 p.p.	12,7 p.p.
Média min.	24,8	24,6	24,6	15,8	78,3	41,8	56,9	371	234	398	56	36	23	8	4,4	8,4	4,8	5,1	43,0	17,8	55,0
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	26,6%	21,3%	31,1%	27,6%	26,4%	15,8%	5,0%	371	234	398	56	36	23	8	3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,0 p.p.	10,6 p.p.	10,4 p.p.	12,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	33,5%	48,2%	35,4%	33,1%	13,6%	32,6%	34,5%	371	234	398	56	36	23	8	3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,5 p.p.	12,5 p.p.	13,2 p.p.	28,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	19,3%	17,2%	14,4%	19,3%	17,3%	26,9%	48,7%	371	234	398	56	36	23	8	2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	7,4 p.p.	9,6 p.p.	11,7 p.p.	30,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,1%	7,2%	11,0%	17,0%	8,3%	14,4%		371	234	398	56	36	23		1,9 p.p.	2,6 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	6,4 p.p.	8,3 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	9,4%	3,7%	6,1%	2,2%	10,7%	3,1%		371	234	398	56	36	23		1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,2 p.p.	7,0 p.p.	7,9 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	3,4%	2,0%	1,7%	0,7%	23,7%	3,6%	6,9%	371	234	398	56	36	23	8	1,2 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	9,7 p.p.	3,5 p.p.	22,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,8%	0,4%	0,3%			3,6%	5,0%	371	234	398			23	8	0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	3,5 p.p.	12,7 p.p.
Média min.	29,7	20,6	21,4	18,2	68,2	44,0	53,5	371	234	398	56	36	23	8	6,8	4,8	3,9	5,7	42,8	19,8	65,7
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	26,2%	23,6%	25,6%	25,6%	19,8%	23,0%	5,0%	371	234	398	56	36	23	8	3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,6 p.p.	12,3 p.p.	12,3 p.p.	12,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	39,3%	42,3%	36,0%	32,4%	8,2%	32,6%	34,5%	371	234	398	56	36	23	8	3,7 p.p.	4,6 p.p.	3,3 p.p.	8,3 p.p.	8,8 p.p.	12,8 p.p.	28,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	14,9%	16,2%	17,2%	22,8%	3,5%	25,7%		371	234	398	56	36	23	8	2,6 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	7,2 p.p.	11,0 p.p.	6,9 p.p.	26,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	8,0%	9,7%	12,9%	17,5%	10,8%	30,5%	23,0%	371	234	398	56	36	23	8	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,3 p.p.	5,8 p.p.	7,4 p.p.	12,2 p.p.	24,9 p.p.
Entre 1 a 2 horas	7,7%	5,8%	5,9%	1,7%	5,7%	6,7%		371	234	398	56	36	23		1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.	4,8 p.p.	5,7 p.p.	4,7 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	3,6%	2,0%	2,0%		28,7%		6,9%	371	234	398		36		8	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,2 p.p.	10,4 p.p.	3,3 p.p.	22,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,4																				

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico																							
Dias úteis das 7 às 19 horas:																							
Não acede	7,7%	5,9%	8,2%	8,4%	1,6%	1,8%	19,4%		495	307	539	75	41	35	8		1,7 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.	18,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	17,5%	23,6%	18,0%	14,1%	19,8%	20,7%			495	307	539	75	41	35			2,6 p.p.	3,4 p.p.	2,5 p.p.	6,5 p.p.	9,4 p.p.	9,1 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	21,1%	15,8%	21,7%	35,3%	28,4%	23,4%	16,3%		495	307	539	75	41	35	8		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	7,0 p.p.	9,4 p.p.	11,7 p.p.	18,0 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	23,3%	22,8%	20,6%	13,9%	13,3%	28,1%			495	307	539	75	41	35			2,6 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,1 p.p.	8,3 p.p.	10,9 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	14,7%	21,2%	16,8%	18,4%	32,0%	15,9%	14,7%		495	307	539	75	41	35	8		2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,2 p.p.	6,1 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.	17,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	11,4%	8,1%	10,9%	9,0%	3,9%	10,2%	49,6%		495	307	539	75	41	35	8		2,0 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.	5,9 p.p.	26,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,4%	2,7%	3,7%	0,9%	1,0%				495	307	539	75	41				1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.		
Média min.	76,1	65,6	72,7	55,6	56,0	55,2	121,1		495	307	539	75	41	35	8		9,0	8,7	8,4	15,6	16,3	12,2	56,7
Dias úteis das 19 às 7 horas:																							
Não acede	5,7%	4,5%	4,1%	3,8%	3,5%	1,8%	11,2%		495	307	539	75	41	35	8		1,6 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	4,6 p.p.	3,3 p.p.	12,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	20,1%	22,9%	16,4%	24,9%	14,8%	19,6%	24,6%		495	307	539	75	41	35	8		2,7 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	9,5 p.p.	9,9 p.p.	17,3 p.p.
Entre 15 a 30 min.	19,3%	17,4%	24,4%	24,4%	13,1%	6,3%	2,9%		495	307	539	75	41	35	8		2,6 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	10,5 p.p.	10,7 p.p.	16,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,9%	17,3%	23,9%	11,5%	17,3%	46,3%	8,2%		495	307	539	75	41	35	8		2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	6,0 p.p.	7,9 p.p.	11,7 p.p.	15,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	21,9%	23,8%	17,7%	23,7%	44,3%	21,5%			495	307	539	75	41	35			2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,2 p.p.	5,8 p.p.	10,8 p.p.	10,3 p.p.	21,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	11,2%	12,7%	11,7%	10,5%	7,0%	3,0%	53,1%		495	307	539	75	41	35	8		1,8 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.	4,6 p.p.	4,9 p.p.	6,0 p.p.	27,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,0%	1,5%	1,8%	1,1%		1,6%			495	307	539	75	41	35			1,0 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	2,3 p.p.		2,4 p.p.	
Média min.	77,5	69,3	67,4	61,7	66,4	57,7	117,8		495	307	539	75	41	35	8		9,0	8,9	7,5	16,6	13,7	17,0	63,8
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																							
Não acede	8,6%	8,0%	10,0%	12,4%	2,2%	27,0%			495	307	539	75	41	35			1,7 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	4,8 p.p.	5,3 p.p.	10,5 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	17,3%	28,4%	21,5%	21,6%	22,8%	13,0%	14,1%		495	307	539	75	41	35	8		2,5 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.	5,9 p.p.	10,8 p.p.	9,3 p.p.	16,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	24,1%	14,6%	19,7%	25,2%	14,7%	12,5%	24,6%		495	307	539	75	41	35	8		2,8 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	20,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	15,9%	19,0%	15,5%	24,0%	15,6%	8,2%		495	307	539	75	41	35	8		2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	8,8 p.p.	8,8 p.p.	23,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,6%	17,7%	17,5%	11,1%	33,1%	25,3%	49,6%		495	307	539	75	41	35	8		2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	9,5 p.p.	10,0 p.p.	24,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	8,4%	13,1%	7,7%	12,1%	2,9%	6,6%	3,5%		495	307	539	75	41	35	8		1,6 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.	4,5 p.p.	4,7 p.p.	7,1 p.p.	22,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,3%	2,2%	4,7%	2,1%	0,3%				495	307	539	75	41				1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	3,2 p.p.	1,0 p.p.		
Média min.	67,4	67,5	70,5	60,3	53,5	47,4	62,3		495	307	539	75	41	35	8		9,0	8,3	9,9	21,9	13,1	17,6	55,0
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																							
Não acede	7,1%	6,5%	7,1%	12,2%	7,2%				495	307	539	75	41				1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	5,0 p.p.	8,5 p.p.	2,1 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	19,3%	25,2%	14,1%	15,5%	20,3%	20,2%	24,6%		495	307	539	75	41	35	8		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	10,8 p.p.	10,0 p.p.	25,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	17,9%	16,6%	23,4%	23,7%	1,4%	18,1%	14,1%		495	307	539	75	41	35	8		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	6,1 p.p.	5,9 p.p.	11,5 p.p.	17,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,6%	12,8%	19,0%	14,2%	8,4%	28,9%	8,2%		495	307	539	75	41	35	8		2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	5,8 p.p.	9,7 p.p.	15,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	23,4%	19,5%	22,9%	16,7%	60,7%	29,9%	49,6%		495	307	539	75	41	35	8		2,6 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	11,4 p.p.	11,1 p.p.	22,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	10,8%	15,9%	9,9%	10,5%	1,6%	3,0%	3,5%		495	307	539	75	41	35	8		1,8 p.p.	2,6 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	2,6 p.p.	7,3 p.p.	22,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,9%	3,6%	3,6%	7,2%	0,3%				495	307	539	75	41				1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	3,9 p.p.	1,8 p.p.		
Média min.	81,9	80,6	74,6	86,8	65,5	51,8	60,8		495	307	539	75	41	35	8		10,0	10,4	8,8	29,0	15,5	18,5	64,4

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Serviços VoIP pagos e gratuitos

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
SKYPE - pago	5,3%	2,3%	4,5%	1,5%			2,4%	227	166	292	39	23	20	6	2,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,7 p.p.	6,9 p.p.		11,2 p.p.
SKYPE - gratuito	93,6%	91,4%	94,4%	98,5%	98,0%	94,5%	97,6%	227	166	292	39	23	20	6	2,5 p.p.	2,8 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	7,6 p.p.	5,4 p.p.	11,2 p.p.
SKYPE - NS/NR	1,1%	6,3%	1,1%		2,0%	5,5%		227	166	292		23	20		1,3 p.p.	2,4 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	5,4 p.p.	
SKYPEOUT - pago															23,1 p.p.		14,3 p.p.	51,6 p.p.			
SKYPEOUT - gratuito															23,1 p.p.	0,0 p.p.	24,0 p.p.				
SKYPEOUT - NS/NR															7,2 p.p.		22,0 p.p.	51,6 p.p.			
FACETIME - pago	8,0%		1,7%				100,0%	33		43				1	6,1 p.p.	6,1 p.p.	2,6 p.p.				0,0 p.p.
FACETIME - gratuito	87,5%	83,8%	87,3%	100,0%	100,0%	100,0%		33	29	43	2	3	4		7,6 p.p.	11,2 p.p.	5,8 p.p.	15,4 p.p.	0,0 p.p.	15,4 p.p.	
FACETIME - NS/NR	4,4%	16,2%	10,9%					33	29	43					5,0 p.p.	10,1 p.p.	5,3 p.p.	15,4 p.p.		15,4 p.p.	
VIBER - pago	2,7%	1,5%	1,6%					65	36	74					2,6 p.p.	3,6 p.p.	1,2 p.p.	8,7 p.p.			
VIBER - gratuito	95,2%	90,6%	93,4%	84,1%	100,0%	100,0%	100,0%	65	36	74	8	3	6	1	4,1 p.p.	5,4 p.p.	2,9 p.p.	15,9 p.p.	0,0 p.p.	15,8 p.p.	0,0 p.p.
VIBER - NS/NR	2,2%	7,9%	4,9%	15,9%				65	36	74	8				3,3 p.p.	4,2 p.p.	2,6 p.p.	14,4 p.p.		15,8 p.p.	
WHATSAPP - pago		17,5%	2,2%			100,0%			13	24			1		3,4 p.p.	5,4 p.p.	2,4 p.p.	3,4 p.p.	24,4 p.p.	8,9 p.p.	
WHATSAPP - gratuito	100,0%	82,5%	97,8%	41,5%	19,6%			13	13	24	4	2			5,0 p.p.	6,3 p.p.	3,0 p.p.	10,1 p.p.	30,9 p.p.	18,8 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR				58,5%	80,4%						4	2			3,9 p.p.	3,6 p.p.	2,0 p.p.	9,6 p.p.	29,4 p.p.	17,4 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - pago	4,7%	1,3%	2,2%			2,6%		194	121	226			18		1,7 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.			3,3 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	94,2%	89,9%	93,3%	98,5%	90,8%	94,4%	100,0%	194	121	226	31	21	18	6	2,4 p.p.	3,2 p.p.	1,9 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.	4,8 p.p.	0,0 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	1,1%	8,8%	4,5%	1,5%	9,2%	2,9%		194	121	226	31	21	18		1,6 p.p.	2,9 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.	3,5 p.p.	
HANGOUTS - pago	5,3%		4,1%				100,0%	48		61				1	5,3 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.				0,0 p.p.
HANGOUTS - gratuito	85,0%	78,1%	90,4%	70,2%	100,0%	89,0%		48	25	61	7	3	5		7,9 p.p.	11,5 p.p.	3,9 p.p.		0,0 p.p.	13,9 p.p.	
HANGOUTS - NS/NR	9,7%	21,9%	5,6%	29,8%		11,0%		48	25	61	7		5		6,5 p.p.	11,4 p.p.	2,9 p.p.	21,2 p.p.		13,9 p.p.	
WECHAT - pago	17,0%						100,0%	13						1	17,0 p.p.	11,5 p.p.	6,0 p.p.				0,0 p.p.
WECHAT - gratuito	63,6%	68,0%	84,3%	30,1%	100,0%	100,0%		13	6	11	4	1	1		18,6 p.p.	30,0 p.p.	17,9 p.p.	39,4 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
WECHAT - NS/NR	19,3%	32,0%	15,7%	69,9%				13	6	11	4				13,1 p.p.	29,0 p.p.	17,2 p.p.	39,4 p.p.			
QQ - pago	14,2%							6							22,5 p.p.	12,4 p.p.	8,9 p.p.				0,0 p.p.
QQ - gratuito	85,8%	69,3%	84,5%			100,0%	100,0%	6	6	7			1	1	23,0 p.p.	33,5 p.p.	23,3 p.p.				0,0 p.p.
QQ - NS/NR		30,7%	15,5%	100,0%				6	6	7	1				7,1 p.p.	32,8 p.p.	22,1 p.p.		0,0 p.p.		0,0 p.p.
LINE - pago	16,4%	11,8%					100,0%	7	8					1	19,0 p.p.	21,4 p.p.	5,6 p.p.				0,0 p.p.
LINE - gratuito	79,5%	77,8%	71,6%			44,9%		7	8	11			3		21,2 p.p.	26,2 p.p.	20,6 p.p.			41,8 p.p.	
LINE - NS/NR	4,1%	10,4%	28,4%	100,0%		55,1%		7	8	11	1		3		13,6 p.p.	18,1 p.p.	20,2 p.p.	0,0 p.p.		41,8 p.p.	
TANGO - pago															27,7 p.p.		12,3 p.p.				
TANGO - gratuito															26,6 p.p.	65,7 p.p.	24,2 p.p.				
TANGO - NS/NR															25,1 p.p.	65,7 p.p.	21,7 p.p.				
OUTRO - pago	61,2%	11,2%	10,2%					7	4	8					29,2 p.p.	33,1 p.p.	16,8 p.p.	26,8 p.p.			
OUTRO - gratuito	38,8%	88,8%	89,8%	100,0%				7	4	8	2				29,0 p.p.	33,1 p.p.	16,8 p.p.	26,8 p.p.			
OUTRO - NS/NR															22,6 p.p.						
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado																					
Sim	5,5%	4,4%	3,8%	10,1%		22,6%		273	185	341	56	29	23	6	2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	5,0 p.p.	2,0 p.p.	8,7 p.p.	
Não	72,3%	70,9%	70,7%	82,2%	75,0%	62,2%	75,3%	273	185	341	56	29	23	6	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,3 p.p.	7,2 p.p.	11,8 p.p.	12,2 p.p.	31,6 p.p.
NS/NR	22,1%	24,7%	25,5%	7,8%	25,0%	15,2%	24,7%	273	185	341	56	29	23	6	3,4 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	5,9 p.p.	11,7 p.p.	10,5 p.p.	31,6 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado																					
média	8,3	5,6	9,7	10,6		4,1		12	8	15	5		3		9,5	2,0	2,1	7,0	0,0	3,0	0,0

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos																					
WHATSAPP - pago	2,7%	7,3%	11,3%					14	11	34					3,4 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	3,0 p.p.	15,9 p.p.		
WHATSAPP - gratuito	97,3%	92,7%	88,7%		100,0%	100,0%	100,0%	14	11	34		2	2	1	4,5 p.p.	4,9 p.p.	2,2 p.p.	7,4 p.p.	15,9 p.p.	6,5 p.p.	0,0 p.p.
WHATSAPP - NS/NR															3,2 p.p.	4,2 p.p.	1,2 p.p.	6,8 p.p.	6,5 p.p.		
FACEBOOK MESSENGER - pago	3,5%	1,4%	2,8%	3,0%			25,6%	379	218	400	76			7	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	22,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	92,2%	94,7%	92,2%	91,4%	100,0%	97,3%	74,4%	379	218	400	76	39	23	7	1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.	4,6 p.p.	2,5 p.p.	4,1 p.p.	22,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	4,3%	3,9%	5,0%	5,6%		2,7%		379	218	400	76		23		1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.		3,0 p.p.	
SKYPE - pago	3,7%		6,4%	1,6%				230		237	40				2,0 p.p.	1,1 p.p.	2,1 p.p.	4,2 p.p.	9,6 p.p.		
SKYPE - gratuito	93,3%	98,3%	91,5%	95,6%	100,0%	100,0%	100,0%	230	134	237	40	16	14	4	2,8 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	5,2 p.p.	9,6 p.p.		0,0 p.p.
SKYPE - NS/NR	3,0%	1,7%	2,1%	2,8%				230	134	237	40				2,0 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,3 p.p.			
VIBER - pago			3,5%							59					2,5 p.p.	4,2 p.p.	2,7 p.p.				
VIBER - gratuito	86,8%	100,0%	83,4%	100,0%	100,0%	100,0%		41	20	59	7	4	6		5,1 p.p.	5,2 p.p.	4,7 p.p.	14,8 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
VIBER - NS/NR	13,2%		13,2%					41		59					4,6 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	14,8 p.p.			
HANGOUTS - pago	5,0%	1,6%						55	29						4,0 p.p.	3,3 p.p.		6,5 p.p.			
HANGOUTS - gratuito	95,0%	98,4%	91,2%	96,6%	100,0%		100,0%	55	29	84	8	5		1	4,5 p.p.	4,7 p.p.	3,2 p.p.	15,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
HANGOUTS - NS/NR			8,8%	3,4%						84	8				2,2 p.p.	3,4 p.p.	3,2 p.p.	14,1 p.p.			
WECHAT - pago															25,4 p.p.						
WECHAT - gratuito	72,9%	100,0%	100,0%	68,7%	100,0%			4	3	1	3	1			33,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	52,4 p.p.	0,0 p.p.		
WECHAT - NS/NR	27,1%			31,3%				4			3				28,4 p.p.			52,4 p.p.			
LINE - pago																					
LINE - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%					1	3	3											
LINE - NS/NR																					
QQ - pago																					
QQ - gratuito		100,0%	100,0%						2	2											
QQ - NS/NR																					
TANGO - pago																					
TANGO - gratuito																					
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - pago															23,1 p.p.						
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	90,7%		100,0%			6	4	5		1			23,1 p.p.	0,0 p.p.	18,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
OUTRO - NS/NR			9,3%							5							18,0 p.p.				
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Sim	4,9%	1,7%	3,7%	3,9%		4,5%		409	237	448	73		23		1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	2,9 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	18,6 p.p.
Não	72,2%	75,8%	73,1%	82,1%	76,1%	70,3%	65,6%	409	237	448	73	42	23	6	3,1 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,1 p.p.	10,1 p.p.	11,7 p.p.	28,7 p.p.
NS/NR	22,9%	22,6%	23,2%	14,1%	23,9%	25,2%	34,4%	409	237	448	73	42	23	6	2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	5,7 p.p.	9,9 p.p.	11,2 p.p.	26,3 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
média	5,1	5,8	4,4	4,0		3,3		16	4	15	3		2		9,5	1,9	1,0	5,2	0,0	1,6	0,0

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	
Serviços de audiovisual pagos e gratuitos																								
YOUTUBE - pago	1,3%	0,4%	0,4%		1,1%		2,4%		470	292	501		42		9		0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,6 p.p.		1,9 p.p.	4,0 p.p.	8,3 p.p.	
YOUTUBE - gratuito	96,8%	97,2%	98,2%	95,1%	98,9%	100,0%	97,6%		470	292	501	78	42	29	9		1,2 p.p.	1,7 p.p.	0,9 p.p.	3,3 p.p.	1,9 p.p.	5,2 p.p.	8,3 p.p.	
YOUTUBE - NS/NR	1,9%	2,4%	1,4%	4,9%					470	292	501	78					0,9 p.p.	1,4 p.p.	0,7 p.p.	3,3 p.p.		3,6 p.p.		
SPOTIFY - pago	5,4%	6,7%	5,9%	19,4%		18,4%			116	65	126	14		2			3,9 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	13,0 p.p.	9,9 p.p.	25,7 p.p.		
SPOTIFY - gratuito	93,9%	93,3%	94,1%	80,6%	100,0%	81,6%	100,0%		116	65	126	14	13	2	2		4,3 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	13,4 p.p.	9,9 p.p.	25,7 p.p.	0,0 p.p.	
SPOTIFY - NS/NR	0,6%								116								2,0 p.p.		0,7 p.p.	4,0 p.p.				
VINE - pago																								
VINE - gratuito	100,0%	100,0%	94,2%	100,0%	100,0%	48,6%			18	14	27	1	3	2			11,7 p.p.	0,0 p.p.	5,6 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	56,0 p.p.	0,0 p.p.	
VINE - NS/NR			5,8%			51,4%					27			2			8,8 p.p.		5,6 p.p.			56,0 p.p.		
VIMEO - pago	1,5%								73								3,1 p.p.				10,3 p.p.			
VIMEO - gratuito	94,2%	96,2%	96,1%	100,0%	100,0%	100,0%			73	55	100	9	7	4			5,4 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.	0,0 p.p.	10,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
VIMEO - NS/NR	4,2%	3,8%	3,9%						73	55	100						4,7 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.					
APPLE MUSIC - pago	21,5%	5,8%	8,3%		18,4%	32,7%			18	18	24		2	3			14,7 p.p.	14,0 p.p.	7,9 p.p.		39,4 p.p.	27,6 p.p.		
APPLE MUSIC - gratuito	62,6%	94,2%	63,5%	100,0%		67,3%			18	18	24	4		3			16,8 p.p.	16,8 p.p.	13,3 p.p.	0,0 p.p.	47,9 p.p.	36,6 p.p.	0,0 p.p.	
APPLE MUSIC - NS/NR	15,9%		28,3%		81,6%				18		24		2				11,6 p.p.	12,6 p.p.	12,4 p.p.		54,8 p.p.	32,3 p.p.		
MEO MUSICA - pago	27,4%	19,1%	37,6%		7,5%		100,0%		36	25	43		3		2		11,0 p.p.	9,1 p.p.	7,7 p.p.	8,6 p.p.	19,7 p.p.		56,2 p.p.	
MEO MUSICA - gratuito	64,8%	63,4%	50,8%	100,0%	92,5%	100,0%			36	25	43	3	3	4			11,6 p.p.	11,3 p.p.	8,7 p.p.	15,6 p.p.	19,7 p.p.	15,7 p.p.	56,2 p.p.	
MEO MUSICA - NS/NR	7,8%	17,5%	11,6%						36	25	43						6,7 p.p.	8,0 p.p.	5,6 p.p.	13,9 p.p.		15,7 p.p.		
RTP PLAY - pago	0,7%		2,5%						60		82						1,7 p.p.	3,7 p.p.	2,5 p.p.					
RTP PLAY - gratuito	84,5%	100,0%	89,4%	100,0%	100,0%	89,7%	100,0%		60	45	82	7	6	5	2		6,7 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.		10,4 p.p.	0,0 p.p.	11,4 p.p.	0,0 p.p.
RTP PLAY - NS/NR	14,8%		8,1%			10,3%			60		82			5			6,6 p.p.		3,8 p.p.	10,4 p.p.		11,4 p.p.		
MEO GO - pago	11,0%	24,7%	27,1%	3,2%	44,9%				47	32	37	14	3				9,0 p.p.	8,8 p.p.	7,6 p.p.	8,3 p.p.	36,9 p.p.			
MEO GO - gratuito	76,9%	59,6%	61,0%	93,1%	100,0%	100,0%			47	32	37	14		2	2		10,4 p.p.	10,2 p.p.	9,0 p.p.	10,7 p.p.	37,3 p.p.	12,3 p.p.	0,0 p.p.	
MEO GO - NS/NR	12,1%	15,6%	11,9%	3,7%	55,1%				47	32	37	14	3				6,7 p.p.	6,4 p.p.	6,5 p.p.	7,3 p.p.	38,7 p.p.	12,3 p.p.		
TVI PLAYER - pago		1,5%	0,3%		9,6%					30	49		4						5,4 p.p.	2,3 p.p.		17,8 p.p.		
TVI PLAYER - gratuito	94,4%	93,3%	91,0%	96,4%	90,4%	89,3%			46	30	49	10	4	5			5,5 p.p.	7,1 p.p.	5,3 p.p.	5,8 p.p.	17,8 p.p.	20,9 p.p.	0,0 p.p.	
TVI PLAYER - NS/NR	5,6%	5,3%	8,7%	3,6%	10,7%				46	30	49	10	4	5			5,5 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.	5,8 p.p.		20,9 p.p.		
SOUNDCLOUD - pago			11,8%		14,4%						47		4				4,5 p.p.		5,9 p.p.		22,3 p.p.			
SOUNDCLOUD - gratuito	94,2%	95,8%	77,7%	100,0%	85,6%	100,0%	100,0%		35	30	47	3	4	1	1		7,5 p.p.	7,6 p.p.	8,0 p.p.	19,0 p.p.	37,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
SOUNDCLOUD - NS/NR	5,8%	4,2%	10,5%						35	30	47						6,3 p.p.	7,6 p.p.	5,9 p.p.	19,0 p.p.	33,9 p.p.			
METACAFE - pago																	17,2 p.p.							
METACAFE - gratuito	100,0%	100,0%	93,6%	100,0%	100,0%				12	2	11	1	1				17,2 p.p.	32,8 p.p.	10,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.			
METACAFE - NS/NR			6,4%								11							32,8 p.p.	10,2 p.p.					
TIDAL - pago			80,7%								2													
TIDAL - gratuito	100,0%								1															
TIDAL - NS/NR			19,3%								2													
RHAPSODY - pago																								
RHAPSODY - gratuito		100,0%	15,2%							1	3													
RHAPSODY - NS/NR			84,8%		100,0%						3		1											
OUTRO - pago	27,7%		13,3%	100,0%					10		19	2					12,3 p.p.			11,5 p.p.	40,0 p.p.			
OUTRO - gratuito	72,3%	100,0%	86,7%		100,0%		100,0%		10	4	19		3		1		12,3 p.p.	0,0 p.p.	11,5 p.p.	40,0 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	
OUTRO - NS/NR																								
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado																								
Sim	6,5%	7,4%	3,3%	11,4%	22,9%	16,8%	37,3%		453	290	494	73	42	31	8		1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,4 p.p.	4,6 p.p.	8,0 p.p.	7,0 p.p.	29,5 p.p.	
Não	72,1%	66,6%	72,0%	76,9%	63,2%	61,6%	57,3%		453	290	494	73	42	31	8		3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	7,1 p.p.	10,8 p.p.	11,6 p.p.	30,3 p.p.	
NS/NR	21,5%	26,0%	24,7%	11,7%	13,9%	21,6%	5,4%		453	290	494	73	42	31	8		2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	6,3 p.p.	8,9 p.p.	10,7 p.p.	12,9 p.p.	
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado																								
média	6,1	7,6	5,5	10,6	7,4	7,3	5,0		24	16	16	4	4	3	2		5,7	1,8	1,8	6,7	3,3	3,8	4,4	

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Redes sociais pagas e gratuitas																					
FACEBOOK - pago	1,9%	0,8%	1,8%		1,1%			470	305	476					0,9 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.		
FACEBOOK - gratuito	96,6%	96,8%	96,2%	96,6%	98,9%	100,0%	100,0%	470	305	476	83	39		6	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,2 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	0,0 p.p.
FACEBOOK - NS/NR	1,5%	2,5%	2,1%	3,4%				470	305	476	83	39	34		0,9 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	
INSTAGRAM - pago	2,3%	1,4%	0,6%					121	78	120					1,8 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.				
INSTAGRAM - gratuito	95,4%	98,6%	96,4%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	121	78	120	15	7	8		2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,7 p.p.	0,0 p.p.	9,0 p.p.	8,8 p.p.	
INSTAGRAM - NS/NR	2,3%		3,0%					121		120					1,4 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.		9,0 p.p.	8,8 p.p.	
LINKEDIN - pago	2,5%	0,7%	0,3%		3,8%			156	82	186		12			1,8 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.		8,9 p.p.		
LINKEDIN - gratuito	92,4%	99,3%	97,2%	100,0%	96,2%	100,0%	100,0%	156	82	186	23	12	7	2	2,9 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	0,0 p.p.	12,8 p.p.	12,8 p.p.	0,0 p.p.
LINKEDIN - NS/NR	5,1%		2,5%					156		186					2,3 p.p.	1,0 p.p.	1,8 p.p.			12,8 p.p.	
GOOGLE PLUS - pago	5,9%		1,8%					85		84					3,1 p.p.		1,6 p.p.				
GOOGLE PLUS - gratuito	86,7%	90,8%	95,6%	100,0%	89,7%	100,0%	100,0%	85	66	84	13	11	6	1	5,0 p.p.	5,4 p.p.	4,5 p.p.	11,1 p.p.	11,8 p.p.	11,9 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE PLUS - NS/NR	7,3%	9,2%	2,6%		10,3%			85	66	84					4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,3 p.p.	11,1 p.p.	11,8 p.p.	11,9 p.p.	
TWITTER - pago	2,4%							82		84					2,2 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.				
TWITTER - gratuito	95,6%	92,1%	97,0%	96,7%	97,4%	100,0%	100,0%	82	51	81	14	12	10		3,0 p.p.	4,8 p.p.	3,3 p.p.	5,7 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
TWITTER - NS/NR	2,0%	7,9%	3,0%	3,3%	2,6%			82	51	81	14	12			2,1 p.p.	4,7 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
PINTEREST - pago	1,2%	1,2%	1,1%					54	54	83					2,7 p.p.	3,2 p.p.	1,8 p.p.				
PINTEREST - gratuito	98,8%	96,3%	92,4%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	54	54	83	6	6	3		3,9 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
PINTEREST - NS/NR		2,5%	6,5%					54	54	83					2,8 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.				
MYSAPCE - pago															5,2 p.p.						
MYSAPCE - gratuito	100,0%	100,0%	98,3%		100,0%			16	4	8		3			5,2 p.p.	0,0 p.p.	7,7 p.p.	68,2 p.p.	0,0 p.p.		
MYSAPCE - NS/NR			1,7%	100,0%						8	1				8,2 p.p.		7,7 p.p.	68,2 p.p.			
FLIRCK - pago			5,9%							11					8,2 p.p.		8,1 p.p.				
FLIRCK - gratuito	100,0%	100,0%	91,9%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	9	7	11	2	2	1		8,2 p.p.	0,0 p.p.	11,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
FLIRCK - NS/NR			2,1%							11					8,2 p.p.		8,6 p.p.				
TUMBLR - pago															5,0 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.				
TUMBLR - gratuito	100,0%	100,0%	95,1%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	37	21	43	3	4	2		5,4 p.p.	4,5 p.p.	5,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
TUMBLR - NS/NR			4,9%							43					2,0 p.p.	3,7 p.p.	4,2 p.p.				
OUTRO - pago															20,4 p.p.						
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%					6	2	5					20,4 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.			
OUTRO - NS/NR															20,4 p.p.						
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada																					
Sim	2,5%	3,7%	5,0%	3,7%	3,3%	14,9%	31,7%	466	300	477	86	40	35	6	1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	8,8 p.p.	34,6 p.p.
Não	79,9%	71,4%	68,6%	74,4%	79,9%	59,6%	68,3%	466	300	477	86	40	35	6	2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	9,3 p.p.	12,5 p.p.	34,6 p.p.
NS/NR	17,7%	24,9%	26,4%	22,0%	16,8%	25,5%		466	300	477	86	40	35		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	6,7 p.p.	8,8 p.p.	10,9 p.p.	
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada																					
média	8,5	10,6	5,3	5,9	6,4	22,8	3,0	12	16	17	2	3	4	2	1,7	9,2	1,7	3,0	3,1	35,8	0,8
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos																					
DROPBOX - pago	1,1%	2,2%	1,3%					239	159	246					1,0 p.p.	1,6 p.p.	0,9 p.p.	3,4 p.p.		6,2 p.p.	
DROPBOX - gratuito	97,5%	97,5%	97,4%	92,6%	100,0%	93,8%	100,0%	239	159	246	29	23	16	7	1,6 p.p.	1,8 p.p.	1,8 p.p.	5,7 p.p.	0,0 p.p.	10,3 p.p.	0,0 p.p.
DROPBOX - NS/NR	1,5%	0,3%	1,3%	7,4%		6,2%		239	159	246	29	23	16		1,3 p.p.	0,8 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.		8,5 p.p.	
GOOGLE DRIVE - pago	2,2%	1,9%	0,4%			5,2%		222	134	219			12		1,4 p.p.	1,5 p.p.	0,8 p.p.	3,5 p.p.		5,8 p.p.	
GOOGLE DRIVE - gratuito	91,6%	96,1%	95,1%	93,0%	100,0%	88,8%	100,0%	222	134	219	29	19	12	7	2,8 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,9 p.p.	0,0 p.p.	9,3 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	6,2%	2,0%	4,5%	7,0%		6,0%		222	134	219	29	19	12		2,5 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	4,8 p.p.		7,4 p.p.	
ONEDRIVE - pago	1,6%	5,8%	1,5%			10,9%		103	70	83			6		1,6 p.p.	3,6 p.p.	2,1 p.p.			13,3 p.p.	
ONEDRIVE - gratuito	96,4%	92,0%	94,4%	86,6%	100,0%	89,1%	82,3%	103	70	83	12	9	6	2	3,3 p.p.	4,5 p.p.	3,7 p.p.	8,2 p.p.	0,0 p.p.	13,3 p.p.	31,9 p.p.
ONEDRIVE - NS/NR	2,0%	2,2%	4,2%	13,4%		17,7%		103	70	83	12		2		2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	8,2 p.p.		13,3 p.p.	31,9 p.p.
ICLOUD - pago	1,4%	11,3%						52	34						4,0 p.p.	6,1 p.p.	1,5 p.p.	9,9 p.p.		16,2 p.p.	
ICLOUD - gratuito	96,2%	72,8%	98,6%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	52	34	38	4	4	3	1	5,6 p.p.	9,6 p.p.	3,8 p.p.	9,9 p.p.	0,0 p.p.	16,2 p.p.	0,0 p.p.
ICLOUD - NS/NR	2,4%	15,8%	1,4%					52	34	38					4,1 p.p.	8,2 p.p.	3,5 p.p.				
MEO CLOUD - pago	8,1%		7,4%					44		47					5,1 p.p.		4,1 p.p.				
MEO CLOUD - gratuito	91,9%	97,4%	85,8%	87,7%	100,0%	100,0%	100,0%	44	33	47	14	6	4	4	5,1 p.p.	4,3 p.p.	6,0 p.p.	11,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
MEO CLOUD - NS/NR		2,6%	6,8%	12,3%				44	33	47	14				5,1 p.p.	4,3 p.p.	4,6 p.p.	8,5 p.p.			
GOOGLE HANGOUTS - pago	9,9%							24							6,7 p.p.						
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	79,0%	100,0%	88,9%	100,0%	100,0%	86,1%		24	11	29	2	1	3		10,0 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	25,6 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	11,1%		11,1%			13,9%		24		29			3		7,8 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.			25,6 p.p.	
OFFICE 365 - pago	17,4%	43,8%	11,0%		50,0%	50,0%	100,0%	63	19	45		3	2	2	7,0 p.p.	11,1 p.p.	7,4 p.p.	6,5 p.p.	40,9 p.p.	41,4 p.p.	0,0 p.p.
OFFICE 365 - gratuito	69,4%	56,2%	89,0%	92,4%	50,0%	50,0%		63	19	45	11	3	2		8,8 p.p.	11,1 p.p.	7,8 p.p.	10,2 p.p.	40,9 p.p.	41,4 p.p.	
OFFICE 365 - NS/NR	13,2%		7,6%					63		45	11				6,4 p.p.		3,3 p.p.	8,1 p.p.			
TEAM VIEWER - pago	4,0%		1,6%		20,1%			55		40		2			3,1 p.p.		3,1 p.p.		41,5 p.p.		
TEAM VIEWER - gratuito	93,9%	100,0%	97,0%	23,1%	79,9%	100,0%	100,0%	55	28	40	2	2	1		5,8 p.p.	0,0 p.p.	3,8 p.p.	13,2 p.p.	41,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
TEAM VIEWER - NS/NR	2,1%		1,4%	76,9%				55		40	2				5,1 p.p.		2,2 p.p.	13,2 p.p.			
SALESFORCE - pago																					
SALESFORCE - gratuito	100,0%	100,0%	86,3%					1	1	3					16,0 p.p.		6,7 p.p.				
SALESFORCE - NS/NR			13,7%							3					16,0 p.p.		7,1 p.p.				
OUTRO - pago	27,8%		4,7%					13		12					16,0 p.p.		6,7 p.p.				
OUTRO - gratuito	72,2%	100,0%	90,1%	100,0%				13	4	12	1				16,0 p.p.	0,0 p.p.	9,7 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	
OUTRO - NS/NR			5,2%							12					16,0 p.p.		7,1 p.p.				
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Sim	10,4%	7,2%	5,1%	9,9%	81,4%	17,1%	24,7%	351	224	377	54	18	7		2,3 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	5,5 p.p.	6,0 p.p.	8,7 p.p.	26,9 p.p.
Não	66,2%	64,7%	65,3%	68,8%	81,4%	71,4%	44,5%	351	224	377	54	35									

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																							
média	7,5	4,7	9,3	5,5		5,0	5,0	27	14	25	6			1	1		6,3	2,2	2,0	1,3	0,0	1,4	0,0
Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																							
SKYPE - tráfego de dados tráfego de dad	52,7%	27,7%	26,8%	8,8%	26,6%			38	30	53	7	4					7,2 p.p.	6,8 p.p.	5,6 p.p.	11,9 p.p.	21,9 p.p.	24,5 p.p.	
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	30,1%	40,9%	40,6%	85,2%		100,0%		38	30	53	7		1				7,5 p.p.	9,2 p.p.	6,4 p.p.	14,0 p.p.	24,5 p.p.	24,9 p.p.	
SKYPE - NS/NR	17,3%	31,4%	32,5%	6,0%	73,4%		100,0%	38	30	53	7	4			1		5,8 p.p.	8,1 p.p.	5,8 p.p.	10,2 p.p.	19,5 p.p.	24,6 p.p.	0,0 p.p.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de																	25,6 p.p.	0,0 p.p.	17,2 p.p.	40,2 p.p.			
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratui																	26,5 p.p.		25,6 p.p.	51,6 p.p.			
SKYPEOUT - NS/NR																	12,5 p.p.		22,0 p.p.	39,9 p.p.			
FACETIME - tráfego de dados tráfego de	36,3%	37,7%	18,9%					9	5	12							12,1 p.p.	13,3 p.p.	10,6 p.p.	13,8 p.p.		68,8 p.p.	
FACETIME - tráfego de dados não gratui	59,7%	62,3%	60,4%	100,0%				9	5	12	1						13,6 p.p.	19,3 p.p.	12,5 p.p.	24,1 p.p.			
FACETIME - NS/NR	3,9%		20,7%					9		12							9,5 p.p.	20,0 p.p.	10,0 p.p.	20,9 p.p.		68,8 p.p.	
VIBER - tráfego de dados tráfego de dad	35,2%	25,2%	14,0%					13	4	13							10,1 p.p.	12,3 p.p.	8,6 p.p.	8,8 p.p.	26,2 p.p.		
VIBER - tráfego de dados não gratuito	29,5%	74,8%	49,8%	100,0%				13	4	13	3						11,2 p.p.	15,9 p.p.	9,7 p.p.	17,5 p.p.	26,2 p.p.	45,5 p.p.	
VIBER - NS/NR	35,3%		36,2%					13		13							9,3 p.p.	13,5 p.p.	7,6 p.p.	15,7 p.p.		45,5 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego d		34,3%							3								8,6 p.p.	12,2 p.p.	7,2 p.p.	11,4 p.p.	27,5 p.p.	18,6 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados não gratu		65,7%	30,8%	100,0%					3	2	2						9,9 p.p.	12,9 p.p.	7,8 p.p.	17,0 p.p.	36,3 p.p.	26,3 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR			69,2%							2							7,8 p.p.	6,7 p.p.	5,5 p.p.	14,8 p.p.	27,5 p.p.	27,2 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	53,6%	27,2%	41,5%		39,1%			33	26	38		3					6,8 p.p.	7,5 p.p.	6,3 p.p.	10,4 p.p.	22,0 p.p.	18,0 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dai	32,4%	57,6%	51,4%	100,0%	60,9%			33	26	38	4	3					7,5 p.p.	8,8 p.p.	6,6 p.p.	14,1 p.p.	23,4 p.p.	23,7 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	14,0%	15,3%	7,0%			100,0%		33	26	38					1		6,5 p.p.	6,7 p.p.	5,2 p.p.	11,9 p.p.	11,3 p.p.	21,8 p.p.	0,0 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego d	46,0%	62,5%	59,8%					7	10	12							13,1 p.p.	19,4 p.p.	11,4 p.p.		68,8 p.p.		
HANGOUTS - tráfego de dados não grat	49,2%	20,8%	36,2%	100,0%				7	10	12	1						14,0 p.p.	18,9 p.p.	12,0 p.p.	28,8 p.p.	68,8 p.p.	48,8 p.p.	
HANGOUTS - NS/NR	4,9%	16,8%	4,0%					7	10	12							13,6 p.p.	18,0 p.p.	8,3 p.p.	28,8 p.p.		48,8 p.p.	
WECHAT - tráfego de dados tráfego de d	52,0%	50,2%	31,5%					8	4	3							21,9 p.p.	43,5 p.p.	28,7 p.p.				
WECHAT - tráfego de dados não gratui	17,0%	49,8%	36,4%	100,0%				8	4	3	1						18,6 p.p.	43,5 p.p.	31,8 p.p.		0,0 p.p.	0,0 p.p.	
WECHAT - NS/NR	31,0%		32,1%					8		3							18,9 p.p.		21,6 p.p.				
QQ - tráfego de dados tráfego de dados	41,6%	33,5%	31,5%					5	3	3							26,7 p.p.	44,2 p.p.	26,8 p.p.				
QQ - tráfego de dados não gratuito	21,3%	66,5%	36,4%					5	3	3							25,2 p.p.	48,5 p.p.	34,4 p.p.				
QQ - NS/NR	37,0%		32,1%					5		3							24,3 p.p.	34,7 p.p.	27,1 p.p.				
LINE - tráfego de dados tráfego de dado:	41,6%	21,0%	23,2%					5	5	4							23,7 p.p.	31,4 p.p.	30,9 p.p.				
LINE - tráfego de dados não gratuito	21,3%	79,0%	26,9%					5	5	4							23,9 p.p.	36,2 p.p.	29,7 p.p.			0,0 p.p.	
LINE - NS/NR	37,0%		50,0%					5		4							23,9 p.p.	23,8 p.p.	24,2 p.p.				
TANGO - tráfego de dados tráfego de da																	29,5 p.p.		34,0 p.p.				
TANGO - tráfego de dados não gratuito																	28,3 p.p.		32,6 p.p.				
TANGO - NS/NR																	20,2 p.p.	0,0 p.p.	30,5 p.p.				
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da	55,3%							2															
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	44,7%							2															
OUTRO - NS/NR																							
Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																							
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito			56,2%							7							7,2 p.p.	9,0 p.p.	5,9 p.p.	13,7 p.p.	30,9 p.p.	18,2 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados não gratu	19,5%	100,0%	28,8%					2	2	7							8,0 p.p.	10,7 p.p.	6,2 p.p.	15,4 p.p.	29,0 p.p.	22,5 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR	80,5%		15,0%					2		7							5,4 p.p.	8,2 p.p.	4,0 p.p.	9,8 p.p.	16,8 p.p.	20,1 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	32,9%	24,7%	43,1%	53,3%	19,1%			62	48	60	15	10					5,1 p.p.	6,2 p.p.	5,0 p.p.	10,6 p.p.	18,1 p.p.	17,4 p.p.	52,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dai	37,1%	34,7%	38,8%	35,0%	61,6%	100,0%		62	48	60	15	10	3				5,7 p.p.	7,2 p.p.	5,2 p.p.	11,6 p.p.	18,2 p.p.	18,9 p.p.	52,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	30,0%	40,6%	18,1%	11,7%	19,3%			62	48	60	15	10					4,7 p.p.	6,3 p.p.	3,6 p.p.	8,4 p.p.	16,9 p.p.	12,5 p.p.	
SKYPE - tráfego de dados gratuito	35,0%	29,0%	41,3%	63,0%	80,5%			41	32	42	10	2					7,9 p.p.	8,9 p.p.	7,3 p.p.	15,8 p.p.	28,0 p.p.	21,7 p.p.	0,0 p.p.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	38,6%	41,0%	40,1%	37,0%		100,0%		41	32	42	10		2				8,3 p.p.	10,0 p.p.	7,6 p.p.	16,1 p.p.	27,8 p.p.	24,5 p.p.	
SKYPE - NS/NR	26,4%	30,1%	18,6%		19,5%			41	32	42		2					5,8 p.p.	8,1 p.p.	5,3 p.p.	10,3 p.p.	20,5 p.p.	21,3 p.p.	
VIBER - tráfego de dados gratuito	29,8%	64,5%	36,5%					13	5	12							9,6 p.p.	15,5 p.p.	10,2 p.p.	17,6 p.p.	43,8 p.p.		
VIBER - tráfego de dados não gratuito	43,9%	35,5%	34,7%	100,0%		100,0%		13	5	12	1		2				11,5 p.p.	16,9 p.p.	11,0 p.p.	26,8 p.p.	43,2 p.p.	37,8 p.p.	
VIBER - NS/NR	26,2%		28,8%					13		12							9,4 p.p.	12,2 p.p.	7,5 p.p.	23,2 p.p.	22,0 p.p.	37,8 p.p.	
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	23,5%	27,2%	40,2%					12	6	15							11,5 p.p.	13,6 p.p.	10,1 p.p.	11,5 p.p.	0,0 p.p.		
HANGOUTS - tráfego de dados não grat	52,3%	72,8%	41,1%					12	6	15							12,8 p.p.	17,9 p.p.	10,6 p.p.	29,5 p.p.		0,0 p.p.	
HANGOUTS - NS/NR	24,2%		18,7%					12		15							9,5 p.p.	14,5 p.p.	7,1 p.p.	29,3 p.p.			
WECHAT - tráfego de dados gratuito	90,2%							2															
WECHAT - tráfego de dados não gratui		100,0%		100,0%							1												
WECHAT - NS/NR	9,8%							2				1											
LINE - tráfego de dados gratuito																							
LINE - tráfego de dados não gratuito		19,5%	79,5%							2	2												
LINE - NS/NR		80,5%	20,5%							2	2												
QQ - tráfego de dados gratuito																							
QQ - tráfego de dados não gratuito			27,1%																				
QQ - NS/NR			72,9%																				
TANGO - tráfego de dados gratuito																							
TANGO - tráfego de dados não gratuito																							
TANGO - NS/NR																							
OUTRO - tráfego de dados gratuito	28,9%	100,0%																					

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																							
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de	44,9%	35,4%	45,2%	28,9%	45,1%				71	58	72	16	11				4,7 p.p.	4,9 p.p.	4,1 p.p.	9,6 p.p.	18,1 p.p.	12,9 p.p.	54,9 p.p.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuito	39,0%	45,6%	32,1%	61,1%	42,4%	92,4%	75,4%		71	58	72	16	11	5	2		5,3 p.p.	6,3 p.p.	4,8 p.p.	10,8 p.p.	18,8 p.p.	15,9 p.p.	51,1 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	16,1%	19,0%	22,7%	10,0%	12,5%	7,6%	24,6%		71	58	72	16	11	5	2		3,8 p.p.	5,0 p.p.	3,6 p.p.	7,2 p.p.	9,9 p.p.	11,5 p.p.	32,9 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de d	46,0%	27,0%	39,3%	83,2%	74,9%				14	13	25	3	3				8,4 p.p.	8,8 p.p.	7,2 p.p.	25,1 p.p.	31,2 p.p.		0,0 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	47,6%	55,8%	40,2%	16,8%	25,1%				14	13	25	3	3				8,9 p.p.	11,4 p.p.	8,0 p.p.	24,5 p.p.	31,2 p.p.	0,0 p.p.	
SPOTIFY - NS/NR	6,4%	17,2%	20,5%						14	13	25						3,6 p.p.	8,7 p.p.	4,9 p.p.	11,9 p.p.			
VINE - tráfego de dados tráfego de dado			28,9%		100,0%						7		1				17,5 p.p.		13,3 p.p.		0,0 p.p.		0,0 p.p.
VINE - tráfego de dados não gratuito	100,0%	100,0%	47,9%			100,0%			3	1	7			1			24,4 p.p.	0,0 p.p.	15,4 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	
VINE - NS/NR			23,2%								7						20,0 p.p.		9,3 p.p.				
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dai	12,8%	20,3%	30,2%		40,6%				15	13	15		4				8,2 p.p.	11,8 p.p.	10,3 p.p.		48,1 p.p.	16,2 p.p.	0,0 p.p.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	77,8%	39,0%	56,1%		17,9%	100,0%			15	13	15		4	1			12,1 p.p.	17,8 p.p.	12,2 p.p.	0,0 p.p.	37,6 p.p.	16,2 p.p.	
VIMEO - NS/NR	9,4%	40,7%	13,8%		41,5%				15	13	15		4				10,2 p.p.	16,3 p.p.	9,0 p.p.				
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego	85,3%		32,1%	100,0%	100,0%				6		6	1	1				22,7 p.p.		19,5 p.p.	66,2 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gra	14,7%	100,0%	33,5%						6		6						21,6 p.p.	32,4 p.p.	17,7 p.p.	66,2 p.p.			49,1 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR			34,4%								6						9,9 p.p.	32,4 p.p.	20,0 p.p.				49,1 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego	80,2%	85,7%	24,7%	100,0%	100,0%	100,0%			15	7	6	1	1	2			15,0 p.p.	17,1 p.p.	11,9 p.p.	21,7 p.p.	0,0 p.p.	39,4 p.p.	0,0 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gra	17,0%	14,3%	12,7%						15	7	6						13,3 p.p.	16,7 p.p.	10,2 p.p.	19,8 p.p.			39,4 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR	2,8%		62,6%						15		6						9,2 p.p.	5,6 p.p.	9,0 p.p.	15,2 p.p.			
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de t	52,5%	29,7%	60,0%		48,9%				11	9	16		3				15,1 p.p.	14,3 p.p.	11,5 p.p.	15,9 p.p.	56,6 p.p.	21,5 p.p.	0,0 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuit	43,4%	29,8%	22,0%		21,6%	100,0%			11	9	16		3	2			15,8 p.p.	19,3 p.p.	13,0 p.p.	15,9 p.p.	46,5 p.p.	32,0 p.p.	
RTP PLAY - NS/NR	4,1%	40,5%	18,0%		29,5%				11	9	16		3				7,9 p.p.	16,6 p.p.	10,9 p.p.		51,6 p.p.	29,1 p.p.	
MEO GO - tráfego de dados tráfego de d	36,7%		46,8%	73,8%	100,0%				15		6	4	2				16,8 p.p.	18,6 p.p.	12,8 p.p.	22,5 p.p.	41,4 p.p.	41,4 p.p.	0,0 p.p.
MEO GO - tráfego de dados não gratuitc	53,9%	100,0%	36,9%	26,2%		100,0%			15	2	6	4		1			16,5 p.p.	18,8 p.p.	11,6 p.p.	21,9 p.p.	41,4 p.p.	44,9 p.p.	
MEO GO - NS/NR	9,5%		16,2%						15		6						9,1 p.p.	7,6 p.p.	9,6 p.p.	13,5 p.p.		24,7 p.p.	
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego di	75,3%	44,0%	52,4%						11	12	13						18,4 p.p.	16,3 p.p.	12,0 p.p.	19,6 p.p.	0,0 p.p.	11,2 p.p.	0,0 p.p.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratu	21,3%	18,7%	9,8%	100,0%		100,0%			11	12	13	2		1			18,0 p.p.	20,0 p.p.	12,9 p.p.	19,6 p.p.			36,0 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR	3,3%	37,3%	37,7%						11	12	13						14,3 p.p.	17,7 p.p.	11,7 p.p.				35,6 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfeg	52,9%	18,2%			100,0%				8	3			2				15,4 p.p.	18,0 p.p.	5,7 p.p.				0,0 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gr	47,1%	81,8%	66,4%			100,0%			8	3	6			1			17,9 p.p.	22,1 p.p.	15,4 p.p.		55,6 p.p.	0,0 p.p.	
SOUNDCLOUD - NS/NR			33,6%								6						14,0 p.p.	16,6 p.p.	15,0 p.p.	0,0 p.p.			
METACAFE - tráfego de dados tráfego de																							
METACAFE - tráfego de dados não gratu	100,0%	100,0%	64,6%	100,0%					4	1	3	1											
METACAFE - NS/NR			35,4%								3												
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dad			100,0%																				
TIDAL - tráfego de dados não gratuito	100,0%								1														
TIDAL - NS/NR											1												
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de					100,0%								1										
RHAPSODY - tráfego de dados não gratu			46,7%								2												
RHAPSODY - NS/NR			53,3%								2												
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da	100,0%		81,6%						2		2						16,7 p.p.		26,9 p.p.				
OUTRO - tráfego de dados não gratuito			18,4%								2						19,6 p.p.	0,0 p.p.	27,6 p.p.	0,0 p.p.			
OUTRO - NS/NR					100,0%								1				11,7 p.p.		11,5 p.p.		0,0 p.p.		0,0 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Redes sociais de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																					
FACEBOOK - tráfego de dados gratuito	33,7%	39,3%	53,3%	11,5%	46,1%	14,2%		67	56	67	14	9	4		4,7 p.p.	5,7 p.p.	4,9 p.p.	11,3 p.p.	19,1 p.p.	11,6 p.p.	
FACEBOOK - tráfego de dados não gratu	45,5%	46,6%	34,0%	69,8%	31,5%	73,3%	100,0%	67	56	67	14	9	4	1	5,3 p.p.	6,4 p.p.	5,1 p.p.	12,7 p.p.	18,7 p.p.	19,6 p.p.	0,0 p.p.
FACEBOOK - NS/NR	20,8%	14,1%	12,6%	18,7%	22,4%	12,5%		67	56	67	14	9	4		3,9 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	9,2 p.p.	8,9 p.p.	17,6 p.p.	
INSTAGRAM - tráfego de dados gratuito	30,0%	61,5%	32,6%	87,7%	100,0%			22	16	15	3	1			7,5 p.p.	9,1 p.p.	6,6 p.p.	22,3 p.p.	28,1 p.p.	18,4 p.p.	
INSTAGRAM - tráfego de dados não grat	67,6%	38,5%	56,6%	12,3%		100,0%		22	16	15	3		1		7,8 p.p.	9,4 p.p.	7,3 p.p.	22,4 p.p.	28,1 p.p.	24,8 p.p.	
INSTAGRAM - NS/NR	2,4%		10,8%					22		15					3,5 p.p.	3,2 p.p.	4,7 p.p.	6,6 p.p.		18,3 p.p.	
LINKEDIN - tráfego de dados gratuito	29,7%	43,9%	38,4%		59,2%			27	17	26		2			8,6 p.p.	13,4 p.p.	8,4 p.p.	22,8 p.p.	48,2 p.p.		
LINKEDIN - tráfego de dados não gratuit	49,6%	51,7%	45,4%	68,7%			100,0%	27	17	26	2			1	10,1 p.p.	13,8 p.p.	9,2 p.p.	24,5 p.p.	45,1 p.p.	27,8 p.p.	0,0 p.p.
LINKEDIN - NS/NR	20,6%	4,4%	16,2%	31,3%	40,8%			27	17	26	2	2			8,0 p.p.	5,0 p.p.	6,7 p.p.	19,3 p.p.	44,2 p.p.	27,8 p.p.	
GOOGLE PLUS - tráfego de dados gratuit	51,5%	45,6%	64,6%	60,2%	100,0%			18	15	14	2	2			12,8 p.p.	13,9 p.p.	11,2 p.p.	26,2 p.p.	34,3 p.p.	25,8 p.p.	
GOOGLE PLUS - tráfego de dados não gr	26,3%	28,7%	32,2%	39,8%		100,0%		18	15	14	2		1		12,7 p.p.	16,3 p.p.	11,7 p.p.	31,0 p.p.	11,9 p.p.	25,8 p.p.	
GOOGLE PLUS - NS/NR	22,1%	25,7%	3,2%					18	15	14					10,0 p.p.	12,6 p.p.	7,5 p.p.	28,1 p.p.	34,5 p.p.		
TWITTER - tráfego de dados gratuito	37,3%	48,6%	57,4%		100,0%			16	9	17		2			10,5 p.p.	13,2 p.p.	12,6 p.p.	25,5 p.p.	46,4 p.p.	46,6 p.p.	
TWITTER - tráfego de dados não gratuitc	26,7%	20,8%	34,3%			100,0%		16	9	17			1		11,5 p.p.	16,1 p.p.	12,6 p.p.	31,4 p.p.	46,4 p.p.	56,0 p.p.	
TWITTER - NS/NR	36,1%	30,6%	8,3%	100,0%				16	9	17	1				8,0 p.p.	12,1 p.p.	5,6 p.p.	23,1 p.p.		46,4 p.p.	
PINTEREST - tráfego de dados gratuito	42,8%	78,5%	43,3%		100,0%			11	6	13		1			12,2 p.p.	14,9 p.p.	10,3 p.p.		39,8 p.p.		
PINTEREST - tráfego de dados não gratui	52,6%	21,5%	48,6%	100,0%				11	6	13	1				13,7 p.p.	16,2 p.p.	11,2 p.p.	33,1 p.p.	39,8 p.p.		
PINTEREST - NS/NR	4,6%		8,1%					11		13					9,2 p.p.	8,7 p.p.	5,8 p.p.	33,1 p.p.			
MYSFACE - tráfego de dados gratuito	62,6%		10,7%		100,0%			3		3		1			32,6 p.p.	36,7 p.p.	34,0 p.p.		56,0 p.p.		
MYSFACE - tráfego de dados não gratuit	37,4%							3							32,6 p.p.	36,7 p.p.	26,5 p.p.		56,0 p.p.		
MYSFACE - NS/NR			89,3%							3							28,8 p.p.				
FLIRCK - tráfego de dados gratuito					100,0%							1			28,2 p.p.		31,0 p.p.		56,0 p.p.		0,0 p.p.
FLIRCK - tráfego de dados não gratuito															34,0 p.p.	0,0 p.p.	34,8 p.p.		56,0 p.p.		
FLIRCK - NS/NR	100,0%		100,0%					1		1					24,6 p.p.		22,6 p.p.				
TUMBLR - tráfego de dados gratuito	9,7%		10,5%					5		4					11,7 p.p.	18,1 p.p.	15,1 p.p.				
TUMBLR - tráfego de dados não gratuitc	46,0%	100,0%	75,2%					5	1	4					16,5 p.p.	19,6 p.p.	17,6 p.p.		0,0 p.p.		
TUMBLR - NS/NR	44,4%		14,3%					5		4					13,3 p.p.	8,9 p.p.	11,8 p.p.				
OUTRO - tráfego de dados gratuito			100,0%							1											
OUTRO - tráfego de dados não gratuito								1													
OUTRO - NS/NR	100,0%																				
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																					
DROPBOX - tráfego de dados tráfego de	25,4%	26,3%	25,9%	20,4%	32,5%	13,6%		41	27	33	7	6	4		6,4 p.p.	7,5 p.p.	5,4 p.p.	15,2 p.p.	18,9 p.p.	14,7 p.p.	
DROPBOX - tráfego de dados não gratuit	54,8%	54,9%	41,7%	75,0%	49,4%	86,4%	100,0%	41	27	33	7	6	4	1	7,3 p.p.	9,2 p.p.	6,6 p.p.	15,9 p.p.	23,3 p.p.	19,4 p.p.	0,0 p.p.
DROPBOX - NS/NR	19,7%	18,8%	32,4%	4,6%	18,1%			41	27	33	7	6			5,4 p.p.	7,5 p.p.	5,3 p.p.	7,8 p.p.	23,3 p.p.	15,4 p.p.	
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfeg	24,2%	30,4%	20,3%	54,7%	51,0%			36	24	24	7	4			6,3 p.p.	8,4 p.p.	6,0 p.p.	18,0 p.p.	32,7 p.p.	18,0 p.p.	55,2 p.p.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não g	56,0%	57,1%	63,9%	35,7%	34,3%	100,0%	100,0%	36	24	24	7	4	3	1	7,7 p.p.	10,0 p.p.	7,1 p.p.	18,3 p.p.	31,0 p.p.	22,1 p.p.	55,2 p.p.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	19,8%	12,5%	9,6%	14,7%				36	24	24	7	4			6,4 p.p.	7,2 p.p.	5,3 p.p.	7,5 p.p.	23,5 p.p.	14,9 p.p.	
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de	20,8%	18,0%	6,7%	15,6%	77,7%			24	11	7	2	2			8,4 p.p.	12,4 p.p.	10,2 p.p.	22,1 p.p.	43,3 p.p.		55,2 p.p.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratui	59,3%	37,1%	93,3%	84,4%		100,0%		24	11	7	2		1		10,3 p.p.	15,0 p.p.	11,3 p.p.	22,6 p.p.	29,6 p.p.	0,0 p.p.	55,2 p.p.
ONEDRIVE - NS/NR	19,9%	44,9%			22,3%			24	11			2			8,8 p.p.	11,4 p.p.	7,9 p.p.	7,2 p.p.	36,4 p.p.		
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de d	56,4%	7,0%	48,3%	100,0%	100,0%			12	9	4	1	1			11,3 p.p.	15,4 p.p.	9,4 p.p.	32,1 p.p.	27,8 p.p.		0,0 p.p.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	38,1%	55,8%	24,4%					12	9	4					13,4 p.p.	17,1 p.p.	12,0 p.p.	33,4 p.p.	16,9 p.p.		0,0 p.p.
ICLOUD - NS/NR	5,4%	37,2%	27,3%					12	9	4					12,3 p.p.	16,9 p.p.	10,9 p.p.	16,1 p.p.	23,3 p.p.		
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego	56,5%	76,2%		28,3%	61,7%	100,0%		10	6		5	3	1		14,9 p.p.	17,9 p.p.	12,6 p.p.	23,1 p.p.	43,4 p.p.	39,4 p.p.	0,0 p.p.
MEO CLOUD - tráfego de dados não grat	14,8%	9,3%	100,0%	71,7%	20,6%			10	6	3	5	3			14,2 p.p.	19,6 p.p.	14,3 p.p.	23,1 p.p.	32,3 p.p.	39,4 p.p.	
MEO CLOUD - NS/NR	28,7%	14,5%			17,7%			10	6		3				13,0 p.p.	16,7 p.p.	11,3 p.p.	7,1 p.p.	38,9 p.p.		
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados															26,2 p.p.	10,6 p.p.	33,1 p.p.		0,0 p.p.		50,9 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados	100,0%		20,9%					5		5					10,1 p.p.	32,2 p.p.	19,3 p.p.	33,1 p.p.		0,0 p.p.	50,9 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR			79,1%							5					10,1 p.p.	22,9 p.p.	18,2 p.p.				
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de	20,2%		29,8%	87,1%				15		11	4				14,2 p.p.	17,3 p.p.	13,6 p.p.	32,3 p.p.	39,7 p.p.		
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratu	11,8%		41,4%		28,2%		100,0%	15		11		2		1	15,0 p.p.	23,4 p.p.	14,4 p.p.	32,6 p.p.	33,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
OFFICE 365 - NS/NR	68,1%		28,8%	12,9%	71,8%			15		11	4	2			14,4 p.p.	20,7 p.p.	12,9 p.p.	14,6 p.p.	46,4 p.p.		
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfeg	23,7%	27,2%	11,6%					15	5	4					10,1 p.p.	22,2 p.p.	13,3 p.p.				
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gr	33,7%	36,0%	13,0%					15	5	4					14,8 p.p.	24,9 p.p.	18,7 p.p.	20,4 p.p.			0,0 p.p.
TEAM VIEWER - NS/NR	42,6%	36,8%	75,4%					15	5	4					14,2 p.p.	18,0 p.p.	17,2 p.p.	20,4 p.p.		0,0 p.p.	
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego		100,0%								1											
SALESFORCE - tráfego de dados não grat															34,0 p.p.						
SALESFORCE - NS/NR								2							34,5 p.p.	0,0 p.p.	16,8 p.p.			0,0 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da								2							16,3 p.p.		16,8 p.p.				
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	79,5%							2		1											
OUTRO - NS/NR	20,5%		100,0%																		

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores																					
Satisfação com o operador de Internet fixa																					
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
MEO	7,7	7,3	7,7	7,2	7,4	7,1	7,7	295	246	295	90	33	18	9	0,2	0,2	0,2	0,3	0,5	0,5	0,8
NOS	7,7	7,8	7,6	7,3	8,4	7,7	7,5	321	134	373	26	25	36	6	0,2	0,3	0,2	0,6	0,8	0,5	0,9
Vodafone	8,4	8,2	8,4	7,4	8,7	7,0		168	64	192	10	7	2		0,2	0,4	0,2	1,5	1,1	2,0	0,0
Cabovisão	7,0	7,2	7,3	7,0	8,9			24	58	36	15	3			0,9	0,6	0,7	0,9	0,8		

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Satisfação com o operador de Internet móvel																					
MEO	7,7	6,8	7,3	7,6	7,6	7,9	8,6	61	40	62	13	10	5	2	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5	0,6	2,5
NOS	7,5	7,7	8,2	7,5	8,3	6,9		54	32	39	9	4	2		0,4	0,6	0,3	0,7	1,6	0,6	0,0
Vodafone	6,5	7,5	8,0	6,9	8,0	7,0		24	27	35	4	3	1		0,3	0,4	0,3	1,4	1,0	0,7	0,0
Moche	6,0		5,0					2		1					1,6	0,8	1,4	0,7	0,0	0,0	0,0
Yorn	9,0							2							0,9	0,6	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Lyçamobile		5,0							1												
Continente Mobile		6,0							1												
UZO			10,0							1											
Phone-ix																					
Outro		5,7	8,8	6,0					2	2	1				1,4	3,7	1,1	0,6	0,0	0,0	0,0
Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa																					
Adequação dos tarifários	51,7%	42,7%	41,2%	41,3%	37,8%	58,2%	25,5%	311	159	329	36	24	14	6	4,0 p.p.	5,4 p.p.	3,8 p.p.	10,5 p.p.	14,9 p.p.	17,4 p.p.	26,3 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	39,3%	34,6%	37,4%	42,5%	38,6%	16,2%	65,1%	311	159	329	36	24	14	6	3,8 p.p.	5,2 p.p.	3,6 p.p.	9,7 p.p.	15,1 p.p.	15,4 p.p.	28,3 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	47,6%	49,1%	48,5%	33,8%	48,3%	59,6%	38,0%	311	159	329	36	24	14	6	4,0 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	10,4 p.p.	15,3 p.p.	17,4 p.p.	30,3 p.p.
Atendimento	43,3%	43,4%	38,6%	25,6%	39,1%	40,2%	18,2%	311	159	329	36	24	14	6	3,9 p.p.	5,3 p.p.	3,7 p.p.	9,6 p.p.	15,2 p.p.	17,5 p.p.	32,2 p.p.
Clareza e transparência da informação fi	32,5%	21,1%	25,6%	14,3%	24,1%	25,8%	38,0%	311	159	329	36	24	14	6	3,7 p.p.	4,5 p.p.	3,2 p.p.	9,2 p.p.	12,9 p.p.	14,7 p.p.	28,9 p.p.
Cobertura e velocidade	74,6%	70,5%	74,1%	60,7%	75,4%	57,7%	100,0%	311	159	329	36	24	14	6	3,5 p.p.	5,0 p.p.	3,4 p.p.	9,8 p.p.	13,5 p.p.	17,1 p.p.	23,1 p.p.
Credibilidade	36,3%	29,1%	35,1%	22,5%	26,8%	25,5%	65,9%	311	159	329	36	24	14	6	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	9,4 p.p.	13,6 p.p.	16,6 p.p.	32,5 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	41,8%	31,4%	38,8%	28,9%	30,6%	46,4%	38,0%	311	159	329	36	24	14	6	3,9 p.p.	4,9 p.p.	3,7 p.p.	10,3 p.p.	14,4 p.p.	17,6 p.p.	32,6 p.p.
É uma empresa inovadora	21,0%	18,1%	13,7%	1,9%	24,3%	34,5%	18,2%	311	159	329	36	24	14	6	3,2 p.p.	4,1 p.p.	2,5 p.p.	9,4 p.p.	4,5 p.p.	16,2 p.p.	18,9 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	27,9%	28,9%	24,3%	30,5%	18,4%	22,4%	45,3%	311	159	329	36	24	14	6	3,6 p.p.	4,8 p.p.	3,2 p.p.	9,1 p.p.	13,0 p.p.	14,9 p.p.	27,4 p.p.
Preços	57,5%	51,0%	47,1%	47,6%	53,8%	59,3%	73,0%	311	159	329	36	24	14	6	4,0 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	10,5 p.p.	15,5 p.p.	17,2 p.p.	32,4 p.p.
Proximidade aos clientes	18,8%	23,4%	13,9%	7,3%	5,2%	33,6%	18,2%	311	159	329	36	24	14	6	3,1 p.p.	4,0 p.p.	2,5 p.p.	7,6 p.p.	6,9 p.p.	16,1 p.p.	30,3 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	43,8%	45,4%	49,2%	36,4%	48,9%	39,3%	72,4%	311	159	329	36	24	14	6	4,0 p.p.	5,4 p.p.	3,8 p.p.	10,5 p.p.	15,5 p.p.	17,2 p.p.	32,2 p.p.
Relação qualidade/preço	47,5%	44,6%	47,4%	26,2%	60,3%	44,3%	44,5%	311	159	329	36	24	14	6	4,0 p.p.	10,2 p.p.	3,8 p.p.	10,2 p.p.	15,4 p.p.	17,6 p.p.	29,9 p.p.
Outros	0,6%		0,1%					311		329					0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,3 p.p.	2,9 p.p.			
NS/NR	0,6%							311							0,6 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.				
Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa																					
Preços/ Mensalidade/ Promoções	53,2%	59,7%	53,8%	63,5%	27,5%	63,5%	32,2%	107	65	96	26	8	10	4	7,0 p.p.	8,1 p.p.	7,0 p.p.	13,8 p.p.	22,0 p.p.	22,9 p.p.	33,2 p.p.
Credibilidade do operador	14,7%	10,9%	14,5%	21,3%	14,5%	14,4%		107	65	96	26	8	10	4	5,1 p.p.	4,8 p.p.	5,1 p.p.	11,3 p.p.	18,3 p.p.	15,3 p.p.	
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	60,7%	56,2%	68,8%	51,0%	88,8%	92,6%	89,0%	107	65	96	26	8	10	4	7,0 p.p.	8,1 p.p.	6,5 p.p.	14,2 p.p.	22,7 p.p.	16,6 p.p.	20,7 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	25,3%	23,2%	42,3%	31,3%	55,2%	66,2%	43,2%	107	65	96	26	8	10	4	6,5 p.p.	7,9 p.p.	7,0 p.p.	13,3 p.p.	22,9 p.p.	23,8 p.p.	37,1 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	52,7%	56,5%	38,3%	59,9%	26,8%	70,7%	28,2%	107	65	96	26	8	10	4	6,0 p.p.	8,2 p.p.	7,0 p.p.	13,9 p.p.	23,6 p.p.	23,4 p.p.	42,7 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid	34,9%	41,6%	35,2%	48,4%	49,4%	39,4%		107	65	96	26	8	10	4	6,6 p.p.	8,1 p.p.	6,9 p.p.	14,3 p.p.	23,8 p.p.	22,9 p.p.	
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	20,8%	18,0%	22,7%	23,9%	12,6%	37,1%		107	65	96	26	8	10	4	6,0 p.p.	6,8 p.p.	5,5 p.p.	11,2 p.p.	17,7 p.p.	20,1 p.p.	
Alternativas na concorrência	21,0%	24,2%	25,3%	26,4%		28,1%		107	65	96	26	8	10	4	6,0 p.p.	6,4 p.p.	6,1 p.p.	13,0 p.p.	15,1 p.p.	18,1 p.p.	
Preço de chamadas de apoio ao cliente	31,6%	22,2%	37,4%	27,4%	19,2%	13,6%	32,2%	107	65	96	26	8	10	4	6,5 p.p.	6,9 p.p.	6,7 p.p.	13,1 p.p.	23,0 p.p.	12,6 p.p.	33,2 p.p.
Relação qualidade/preço	24,7%	28,7%	27,0%	8,6%	11,6%	22,0%	32,2%	107	65	96	26	8	10	4	6,3 p.p.	7,3 p.p.	6,5 p.p.	11,5 p.p.	23,5 p.p.	17,9 p.p.	33,2 p.p.
Outros			0,6%							96						1,3 p.p.	1,1 p.p.				
NS/NR	1,0%			2,9%						96		8			1,7 p.p.		1,0 p.p.	2,5 p.p.	5,2 p.p.		
Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel																					
Adequação dos tarifários	78,4%	72,7%	59,0%	7,2%	54,8%		100,0%	46	27	46	6	5		1	6,0 p.p.	8,2 p.p.	5,7 p.p.	18,1 p.p.	23,8 p.p.	28,2 p.p.	0,0 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	39,5%	46,4%	50,2%	34,7%	26,3%	100,0%	100,0%	46	27	46	6	5	1	1	6,4 p.p.	8,7 p.p.	5,7 p.p.	18,0 p.p.	24,5 p.p.	26,5 p.p.	0,0 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	28,4%	56,9%	62,5%	13,1%	26,3%		100,0%	46	27	46	6	5		1	6,4 p.p.	8,6 p.p.	5,7 p.p.	16,7 p.p.	17,6 p.p.	18,3 p.p.	0,0 p.p.
Atendimento	46,7%	58,5%	35,5%	7,2%	8,6%		100,0%	46	27	46	6	5		1	6,6 p.p.	8,7 p.p.	5,5 p.p.	16,3 p.p.	24,4 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Clareza e transparência da informação fi	46,8%	38,2%	27,5%	7,2%	26,3%		100,0%	46	27	46	6	5		1	6,2 p.p.	8,6 p.p.	5,2 p.p.	15,3 p.p.	23,6 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Cobertura e velocidade	51,5%	67,5%	75,3%	38,1%	40,4%		100,0%	46	27	46	6	5		1	6,0 p.p.	7,6 p.p.	5,1 p.p.	16,9 p.p.	24,7 p.p.	20,7 p.p.	0,0 p.p.
Credibilidade	35,2%	61,8%	100,0%	37,0%	64,8%		100,0%	46	27	46	6	5		1	6,6 p.p.	8,6 p.p.	5,5 p.p.	12,8 p.p.	19,0 p.p.	21,1 p.p.	0,0 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	51,8%	32,3%	27,9%	44,1%	3,4%		100,0%	46	27	46	6	5	1	1	6,7 p.p.	8,2 p.p.	5,5 p.p.	17,8 p.p.	22,0 p.p.	27,5 p.p.	0,0 p.p.
É uma empresa inovadora	31,3%	28,4%	26,0%				100,0%	46	27	46	6	5		1	5,8 p.p.	8,0 p.p.	4,7 p.p.	12,4 p.p.	7,3 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	32,6%	50,8%	43,0%		8,6%		100,0%	46	27	46	6	5	1	1	5,9 p.p.	8,6 p.p.	5,3 p.p.	12,3 p.p.	22,3 p.p.	27,2 p.p.	0,0 p.p.
Preços	82,8%	67,5%	38,2%	7,2%	54,3%		100,0%	46	27	46	6	5		1	6,5 p.p.	8,6 p.p.	5,9 p.p.	18,0 p.p.	25,3 p.p.	28,2 p.p.	0,0 p.p.
Proximidade aos clientes	32,7%	43,5%	38,6%		3,4%		100,0%	46	27	46	6	5		1	5,4 p.p.	7,1 p.p.	4,7 p.p.	13,2 p.p.	21,4 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	36,4%	71,3%	56,1%	13,1%			100,0%	46	27	46	6	5		1	6,5 p.p.	8,7 p.p.	5,8 p.p.	15,0 p.p.	24,4 p.p.	28,1 p.p.	0,0 p.p.
Relação qualidade/preço	52,6%	62,6%	32,6%				100,0%	46	27	46	6	5		1	6,7 p.p.	8,7 p.p.	5,7 p.p.	17,1 p.p.	25,2 p.p.	28,1 p.p.	0,0 p.p.
Outros																1,1 p.p.		7,6 p.p.			
NS/NR				25,0%							6				0,7 p.p.		0,5 p.p.	10,0 p.p.			
Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel																					
Preços/ Mensalidade/ Promoções	77,5%	74,4%	71,1%	84,7%	67,6%	44,9%		19	19	12	3	3	2		9,1 p.p.	11,8 p.p.	11,1 p.p.	19,1 p.p.	18,7 p.p.	31,5 p.p.	
Credibilidade do operador	7,2%	21,3%	17,9%		26,3%	100,0%		19	19	12			2		6,2 p.p.	7,9 p.p.	8,5 p.p.	16,3 p.p.		32,0 p.p.	
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	56,1%	49,9%	13,6%	100,0%	67,6%	100,0%		19	19	12	3	3	2		10,7 p.p.	12,2 p.p.	10,7 p.p.	22,1 p.p.	23,7 p.p.	14,9 p.p.	44,2 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	3,8%	8,1%	18,6%		32,4%	44,9%	100,0%	19	19	12			1		6,6 p.p.	8,2 p.p.	10,0 p.p.	21,0 p.p.	15,5 p.p.	30,5 p.p.	44,2 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	47,3%	76,1%	40,5%	86,4%	64,8%		100,0%	19	19	12	3	3	2		10,4 p.p.	12,3 p.p.	11,1 p.p.	22,3 p.p.	31,5 p.p.	27,3 p.p.	44,2 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid	59,9%	49,3%	12,0%	13,6%	32,4%	44,9%		19	19</												

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado

Voz:

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
1 - 5	4,5%	7,8%	9,8%	17,6%	2,4%	7,5%		238	161	302	48	23	22		2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	7,1 p.p.	7,2 p.p.	18,0 p.p.
6 - 8	59,0%	51,0%	63,5%	65,8%	60,7%	60,6%	57,6%	238	161	302	48	23	22	5	4,2 p.p.	5,1 p.p.	3,7 p.p.	8,4 p.p.	13,4 p.p.	12,8 p.p.	39,8 p.p.
9 - 10	36,4%	41,2%	26,7%	16,6%	36,8%	31,9%	42,4%	238	161	302	48	23	22	5	4,0 p.p.	4,9 p.p.	3,4 p.p.	7,5 p.p.	12,5 p.p.	11,9 p.p.	39,2 p.p.
média	7,9	8,0	7,6	7,2	8,4	8,0	8,3	241	166	308	49	23	23	5	0,2	0,2	0,2	0,4	0,5	0,4	0,9

Vídeo:

1 - 5	5,3%	4,2%	8,2%	16,3%	11,3%			222	164	275	37	24			2,6 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	8,5 p.p.		
6 - 8	62,6%	60,5%	69,8%	64,4%	74,9%	60,9%	75,8%	222	164	275	37	24	18	7	4,7 p.p.	5,3 p.p.	3,9 p.p.	9,7 p.p.	13,4 p.p.	13,9 p.p.	31,7 p.p.
9 - 10	32,0%	35,3%	22,0%	19,3%	13,8%	39,1%	24,2%	222	164	275	37	24	18	7	4,4 p.p.	5,0 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	11,6 p.p.	13,9 p.p.	31,7 p.p.
média	7,8	7,9	7,4	7,4	7,4	8,3	8,1	223	166	277	37	25	18	7	0,2	0,2	0,2	0,5	0,5	0,3	0,5

Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

1 - 5	3,1%	5,2%	3,4%	6,5%		1,7%		439	247	470	81		24		1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	16,2 p.p.
6 - 8	44,2%	46,1%	48,4%	53,5%	49,1%	37,6%	36,8%	439	247	470	81	42	24	7	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	26,4 p.p.
9 - 10	52,6%	48,7%	47,7%	39,1%	50,9%	60,7%	63,2%	439	247	470	81	42	24	7	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	27,9 p.p.
média	8,4	8,2	8,2	7,8	8,7	8,4	8,1	439	247	470	81	42	24	7	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4	0,3	1,2

Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

1 - 5	1,7%	6,2%	4,0%	2,7%		1,6%	5,2%	475	302	514	80		31	9	1,1 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	2,3 p.p.		5,3 p.p.	22,0 p.p.
6 - 8	49,1%	44,6%	47,7%	47,6%	31,1%	47,4%	67,6%	475	302	514	80	43	31	9	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,6 p.p.	28,9 p.p.
9 - 10	48,6%	49,0%	47,3%	37,6%	68,9%	51,0%	27,2%	475	302	514	80	43	31	9	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,3 p.p.	24,8 p.p.
média	8,4	8,2	8,2	7,9	9,0	8,4	7,5	475	302	514	80	43	31	9	0,1	0,2	0,1	0,3	0,3	0,4	1,1

Satisfação com a rede social mais utilizada

1 - 5	4,0%	4,5%	6,0%	2,0%	4,0%	4,7%		481	310	495	87		42	35	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,5 p.p.	7,5 p.p.	8,3 p.p.	
6 - 8	55,9%	58,9%	56,1%	69,2%	56,2%	55,3%	50,7%	481	310	495	87	42	35	6	3,2 p.p.	3,9 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,8 p.p.	12,9 p.p.	25,6 p.p.
9 - 10	40,0%	36,6%	37,4%	28,8%	39,8%	40,0%	49,3%	481	310	495	87	42	35	6	3,2 p.p.	3,8 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	10,9 p.p.	12,5 p.p.	25,6 p.p.
média	8,0	7,9	7,9	7,8	8,0	8,0	8,0	481	310	495	87	42	35	6	0,1	0,2	0,1	0,2	0,6	0,5	0,6

Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

1 - 5	2,0%	3,5%	2,9%	7,9%	1,4%	3,6%		371	234	398	56	36	23		1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,8 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	18,4 p.p.
6 - 8	46,5%	47,2%	53,0%	57,8%	35,1%	47,7%	28,7%	371	234	398	56	36	23	8	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	8,7 p.p.	13,0 p.p.	13,7 p.p.	27,0 p.p.
9 - 10	51,0%	49,1%	41,3%	34,2%	63,4%	48,6%	71,3%	371	234	398	56	36	23	8	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,5 p.p.	13,0 p.p.	13,6 p.p.	29,6 p.p.
média	8,4	8,4	8,2	8,0	8,7	8,6	8,6	371	234	398	56	36	23	8	0,1	0,1	0,1	0,3	0,5	0,5	1,0

Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

1 - 5						8,1%			307	539			35		0,4 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,3 p.p.	
6 - 8	31,4%	29,8%	30,6%	34,6%	50,3%	32,3%	35,7%	495	307	539	75	41	35	8	3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,9 p.p.	7,4 p.p.	11,6 p.p.	11,8 p.p.	26,5 p.p.
9 - 10	68,6%	68,8%	67,2%	65,4%	49,7%	59,6%	64,3%	495	307	539	75	41	35	8	3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,6 p.p.	12,2 p.p.	26,5 p.p.
média	8,9	8,8	8,8	8,8	8,7	8,3	8,8	495	307	539	75	41	35	8	0,1	0,1	0,1	0,2	0,6	0,4	0,4

Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado

Quebras de ligação	34,8%	53,0%	58,6%	93,4%		28,2%		16	15	30	5		2		15,1 p.p.	17,5 p.p.	12,4 p.p.	25,2 p.p.	45,1 p.p.	29,6 p.p.	
Qualidade do serviço	9,1%	10,2%	8,4%					16	15	30					6,5 p.p.	14,1 p.p.	5,8 p.p.	16,9 p.p.	56,0 p.p.	43,3 p.p.	0,0 p.p.
Delay na transmissão de dados	5,0%	5,0%	1,7%					16	15	30					5,0 p.p.	10,8 p.p.	6,9 p.p.	9,3 p.p.			
Tamanho/ peso da aplicação	4,1%	5,5%	1,7%					16	15	30					3,5 p.p.	7,3 p.p.	3,0 p.p.				
Outros motivos	30,4%	15,0%	1,9%			71,8%		16	15	30			2		12,4 p.p.	9,8 p.p.	7,5 p.p.	21,4 p.p.		41,4 p.p.	
NS/NR	20,7%	16,8%	27,8%	6,6%	100,0%			16	15	30	5	1			10,0 p.p.	11,6 p.p.	11,8 p.p.	13,2 p.p.	45,1 p.p.	27,6 p.p.	

Vídeo:

Quebras de ligação	68,7%	39,2%	63,8%	52,8%				12	9	25	5				16,0 p.p.	20,1 p.p.	13,8 p.p.	37,0 p.p.	44,1 p.p.		
Qualidade do serviço	16,9%	14,3%	14,9%	52,8%	100,0%			12	9	25	5	2			13,1 p.p.	17,7 p.p.	12,6 p.p.	36,6 p.p.	44,1 p.p.		
Delay na transmissão de dados	23,4%	9,1%	2,6%	36,5%				12	9	25	5				11,2 p.p.	15,0 p.p.	3,1 p.p.	36,0 p.p.			
Tamanho/ peso da aplicação			2,4%							25							3,8 p.p.				
Outros motivos			3,8%							25					8,3 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.				
NS/NR	5,8%	40,2%	20,0%	10,7%				12	9	25	5				5,5 p.p.	18,3 p.p.	12,1 p.p.	21,8 p.p.			

Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Quebras de ligação	18,8%	5,9%	31,2%	87,4%				14	11	16	4				15,5 p.p.	18,4 p.p.	17,3 p.p.	28,6 p.p.	0,0 p.p.		
Qualidade do serviço		6,3%							11						7,8 p.p.	11,9 p.p.		18,1 p.p.			
Delay na transmissão de dados		4,4%	14,7%						11	16					5,5 p.p.	8,3 p.p.	13,3 p.p.				
Poucas funcionalidades	6,3%	4,4%				100,0%		14	11			1			7,9 p.p.	8,3 p.p.	4,0 p.p.			0,0 p.p.	
Tamanho/ peso da aplicação										25					8,7 p.p.		4,6 p.p.				
Outros motivos	22,5%	23,0%	26,8%					14	11	16					14,2 p.p.	21,0 p.p.	16,4 p.p.				0,0 p.p.
NS/NR	52,3%	56,0%	28,3%	12,6%				14	11	16	4				16,8 p.p.	23,4 p.p.	16,4 p.p.	28,6 p.p.			

Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

Quebras de ligação	34,6%	7,2%	27,6%			100,0%	100,0%	13	17	27		1	1		18,8 p.p.	15,4 p.p.	12,0 p.p.			41,7 p.p.	61,1 p.p.
Qualidade do serviço	5,1%	13,8%	11,6%					13	17	27					10,0 p.p.	11,9 p.p.	8,5 p.p.			41,1 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios		47,1%	18,4%	100,0%					17	27	1				4,9 p.p.	19,5 p.p.	10,4 p.p.	56,5 p.p.			61,1 p.p.
Pouco espaço de armazenamento						100,0%				27		1									32,0 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação										25					4,9 p.p.		3,7 p.p.				
Outros motivos	5,4%		10,1%					13		27					11,1 p.p.	4,9 p.p.	7,5 p.p.				39,1 p.p.
NS/NR	54,9%	38,4%	36,7%					13	17	27					17,8 p.p.	17,7 p.p.	14,2 p.p.	56,5 p.p.			

Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada

Quebras de ligação	7,4%	14,3%	24,5%			28,5%		27	15	34		4			8,9 p.p.	10,8 p.p.	9,4 p.p.		17,4 p.p.	19,5 p.p.	
Qualidade do serviço			1,1%			23,8%				34		4			5,6 p.p.	8,9 p.p.	6,4 p.p.				17,9 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro								
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		
Excesso de publicidade/ anúncios	18,9%	7,7%	15,4%					27	15	34					9,0 p.p.	9,1 p.p.	8,3 p.p.				47,8 p.p.		
Política de privacidade	35,1%	13,6%	10,8%			47,7%		27	15	34			4		10,8 p.p.	12,6 p.p.	10,3 p.p.				35,6 p.p.	25,6 p.p.	
Utilização do serviço por parte de outro:	25,8%	5,1%	18,0%	22,3%				27	15	34	3				11,2 p.p.	6,5 p.p.	8,4 p.p.				22,6 p.p.		
Outros motivos	5,5%	4,0%			100,0%			27	15			1			7,3 p.p.	4,7 p.p.	3,9 p.p.	30,4 p.p.			39,2 p.p.		
NS/NR	46,7%	55,3%	34,3%	77,7%		23,8%		27	15	34	3		4		13,0 p.p.	17,0 p.p.	11,9 p.p.	35,2 p.p.			17,9 p.p.		
Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																							
Quebras de ligação	12,9%	14,3%	24,4%			100,0%		9	8	12			1		16,5 p.p.	17,7 p.p.	16,2 p.p.				63,8 p.p.	48,6 p.p.	0,0 p.p.
Qualidade do serviço		13,0%	3,6%						8	12					8,3 p.p.	17,0 p.p.	8,7 p.p.						
Política de privacidade				50,0%							2										48,7 p.p.		
Capacidade de armazenamento	6,5%	6,5%	18,8%	50,0%				9	8	12	2				17,2 p.p.	12,3 p.p.	13,4 p.p.				48,7 p.p.		
Outros motivos	7,5%		37,9%		100,0%			9	8	12		1			23,1 p.p.	26,5 p.p.	18,2 p.p.				63,8 p.p.		
NS/NR	73,1%	34,9%	25,6%					9	8	12					25,0 p.p.	28,2 p.p.	17,1 p.p.	30,7 p.p.				48,6 p.p.	
Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																							
Quebras de ligação			17,2%			19,3%				10			3		49,0 p.p.		11,1 p.p.					44,6 p.p.	
Qualidade do serviço/ Qualidade dos res:			18,8%			64,8%				10			3		30,5 p.p.		16,9 p.p.					54,1 p.p.	
Política de privacidade															29,6 p.p.	24,1 p.p.					0,0 p.p.		
Excesso de publicidade/ anúncios			5,4%							10													
Outros motivos			58,7%			16,0%				10					44,7 p.p.		9,0 p.p.						
NS/NR		100,0%						4	10				3			24,1 p.p.	19,7 p.p.	0,0 p.p.				41,5 p.p.	
Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado																							
Voz e pago:																							
1 - 5	31,3%	11,7%						12	6						18,7 p.p.	20,6 p.p.							
6 - 8	47,9%	50,1%	48,4%	100,0%		100,0%		12	6	7	1		2		19,6 p.p.	29,4 p.p.	22,5 p.p.	0,0 p.p.			0,0 p.p.		0,0 p.p.
9 - 10	20,8%	38,2%	51,6%				100,0%	12	6	7				1	17,9 p.p.	27,4 p.p.	22,5 p.p.						0,0 p.p.
média	6,6	7,3	7,9	6,0		7,1	9,0	12,0	6,0	9,0	1,0		2,0	1,0	1,1	1,1	0,7	0,6	0,0	2,0	0,0		0,0
Vídeo e pago:																							
1 - 5	43,3%	33,4%	7,4%					9	5	11					23,6 p.p.	31,6 p.p.	10,0 p.p.						
6 - 8	31,3%	51,2%	72,9%			100,0%		9	5	11				1	23,5 p.p.	34,9 p.p.	18,8 p.p.	0,0 p.p.					0,0 p.p.
9 - 10	25,5%	15,3%	19,7%					9	5	11					24,4 p.p.	21,8 p.p.	17,2 p.p.				0,0 p.p.		0,0 p.p.
média	7,0	6,1	7,2				8,0	9,0	6,0	12,0				1,0	1,3	1,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0
Voz e gratuito:																							
1 - 5	4,4%	3,8%	10,4%	12,6%	3,0%	14,3%		214	147	275	43	20	19		2,2 p.p.	3,2 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	8,2 p.p.	7,7 p.p.	23,8 p.p.		23,8 p.p.
6 - 8	61,1%	52,7%	52,9%	56,4%	37,8%	23,5%	54,1%	214	147	275	43	20	19	3	4,4 p.p.	5,4 p.p.	3,9 p.p.	9,5 p.p.	15,5 p.p.	14,2 p.p.	49,0 p.p.		49,0 p.p.
9 - 10	34,5%	43,5%	36,8%	31,0%	59,2%	62,2%	45,9%	214	147	275	43	20	19	3	4,3 p.p.	5,2 p.p.	3,8 p.p.	9,2 p.p.	15,4 p.p.	14,3 p.p.	48,5 p.p.		48,5 p.p.
média	8,0	8,1	7,8	7,4	8,6	8,0	7,9	225,0	150,0	289,0	47,0	22,0	20,0	4,0	0,2	0,2	0,2	0,5	0,5	0,5	1,6		1,6
Vídeo e gratuito:																							
1 - 5	6,7%	3,4%	8,0%	23,7%	14,9%	7,5%		203	144	250	34	22	18		2,8 p.p.	2,4 p.p.	2,5 p.p.	7,7 p.p.	11,0 p.p.	5,5 p.p.			
6 - 8	57,7%	51,4%	57,0%	48,6%	58,9%	27,7%	75,3%	203	144	250	34	22	18	6	5,0 p.p.	5,8 p.p.	4,3 p.p.	10,8 p.p.	15,3 p.p.	14,8 p.p.			34,5 p.p.
9 - 10	35,6%	45,2%	35,0%	27,7%	26,2%	64,8%	24,7%	203	144	250	34	22	18	6	4,7 p.p.	5,7 p.p.	4,1 p.p.	10,3 p.p.	13,2 p.p.	14,8 p.p.			34,5 p.p.
média	7,9	8,2	7,8	7,1	7,7	8,3	7,8	211,0	147,0	258,0	36,0	25,0	18,0	6,0	0,2	0,2	0,2	0,6	0,7	0,5	0,8		0,8
Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																							
Pago:																							
1 - 5	11,4%	52,4%	15,8%				100,0%	16	5	8				1	11,5 p.p.	25,0 p.p.	11,5 p.p.						0,0 p.p.
6 - 8	46,8%	30,6%	76,0%	82,6%				16	5	8	3				19,5 p.p.	29,5 p.p.	21,3 p.p.	17,6 p.p.					
9 - 10	41,8%	17,1%	8,2%	17,4%				16	5	8	3				19,5 p.p.	27,2 p.p.	20,8 p.p.	17,6 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.			
média	7,8	5,7	7,0	8,2		5,0		16,0	5,0	8,0	3,0		1,0		0,9	1,6	0,8	0,3	0,0	0,0			0,0
Gratuito:																							
1 - 5	1,8%	2,1%	3,2%	6,1%				407	237	445	72				0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,9 p.p.	4,8 p.p.				18,6 p.p.
6 - 8	38,7%	39,1%	45,2%	59,0%	30,6%	45,8%		407	237	445	72	42	23		3,4 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,0 p.p.	11,8 p.p.			8,8 p.p.
9 - 10	59,5%	58,8%	51,6%	34,9%	69,4%	54,2%	100,0%	407	237	445	72	42	23	6	3,4 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,2 p.p.	11,8 p.p.			20,2 p.p.
média	8,6	8,6	8,4	7,8	9,0	8,6	9,1	409,0	237,0	448,0	73,0	42,0	23,0	6,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,4	0,3			0,9
Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado																							
Pago:																							
1 - 5																	10,4 p.p.						
6 - 8	35,9%	91,9%	54,7%	46,7%			100,0%	10	5	14	2			1	20,9 p.p.	11,2 p.p.	17,7 p.p.	46,3 p.p.			66,4 p.p.		0,0 p.p.
9 - 10	64,1%	8,1%	45,3%	53,3%		100,0%		10	5	14	2	1			20,9 p.p.	11,2 p.p.	16,5 p.p.	46,3 p.p.	0,0 p.p.		66,4 p.p.		0,0 p.p.
média	8,6	7,8	8,1	8,1		10,0		10,0	8,1	14,0	2,0	1,0		1,0	0,4	0,5	0,5	1,3	0,0	0,9			0,0
Gratuito:																							
1 - 5	1,6%	4,1%	3,1%			3,2%		451	289	490			31		1,0 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,8 p.p.	2,3 p.p.	5,1 p.p.			20,5 p.p.
6 - 8	46,4%	40,9%	48,3%	51,2%	31,4%	50,7%	74,7%	451	289	490	73	42	31	8	3,4 p.p.	4,1 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	11,8 p.p.			30,0 p.p.
9 - 10	52,1%	55,0%	48,6%	48,8%	68,6%	46,1%	25,3%	451	289	490	73	42	31	8	3,4 p.p.	4,1 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,3 p.p.	11,5 p.p.			26,8 p.p.
média	8,5	8,4	8,3	8,3	9,0	8,3	7,7	453,0	290,0	494,0	73,0	42,0	31,0	8,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,3			1,1
Qualidade apercebida da rede social mais utilizada																							
Pago:																							
1 - 5	20,9%	51,5%	16,4%					6	5	7					17,2 p.p.	26,7 p.p.	14,0 p.p.						
6 - 8	79,1%	33,3%	78,6%		100,0%			6	5	7		1			18,7 p.p.	27,8 p.p.	16,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.				
9 - 10		15,2%	5,0%						5	7					8,5 p.p.	14,8 p.p.	9,4 p.p.						
média	5,5	5,3	7,0		8,0			6,0	5,0	7,0		1,0			1,3	1,0	0,8	0,8	0,0	0,0			0,0

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Principais responsáveis pelas falhas																							
Serviço	9,3%	13,2%	5,5%	5,2%	6,8%				159	98	171	27	12				2,9 p.p.	3,9 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	10,2 p.p.		
Operador de Internet	52,5%	58,8%	50,5%	71,7%	28,9%	59,3%	29,9%		159	98	171	27	12	17	2		5,6 p.p.	6,7 p.p.	5,3 p.p.	11,6 p.p.	18,8 p.p.	19,7 p.p.	55,3 p.p.
Operador de Internet e serviço	37,0%	24,8%	43,2%	23,1%	45,2%	40,7%	70,1%		159	98	171	27	12	17	2		5,4 p.p.	6,1 p.p.	5,1 p.p.	10,7 p.p.	21,3 p.p.	19,7 p.p.	55,3 p.p.
Dispositivo utilizado	1,1%	3,2%	0,4%						159	98	171						1,3 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.		
Outros	0,1%		0,3%		19,1%				159		171		12				0,2 p.p.		0,5 p.p.		14,4 p.p.		
NS/NR																							

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	94.091.026	61.586.716	122.937.023	31.026.154	11.135.377	18.008.216	1.755.042		291	206	363	58	30	26	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1270168	829830	1246576	283234	162661	185211	42513		291	206	363	58	30	26	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	74,1	74,2	98,6	109,5	68,5	97,2	41,3		291	206	363	58	30	26	7		12,7	12,0	14,3	45,6	35,7	53,5	48,1

Consumo Presente:

Min.	89.146.592	57.708.624	109.949.849	26.947.269	11.334.950	17.586.531	1.835.886		291	206	363	58	30	26	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1270565	830137	1246923	283705	162823	185256	42705		291	206	363	58	30	26	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	70,2	69,5	88,2	95,0	69,6	94,9	43,0		291	206	363	58	30	26	7		11,7	10,8	13,0	38,3	25,4	48,5	47,0

Consumo Futuro:

Min.	92.801.865	60.486.403	117.093.316	30.134.618	11.091.597	17.855.919	1.917.084		291	206	363	58	30	26	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1270962	830445	1247269	284177	162985	185300	42898		291	206	363	58	30	26	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	73,0	72,8	93,9	106,0	68,1	96,4	44,7		291	206	363	58	30	26	7		12,8	12,8	13,5	42,8	25,3	50,3	44,2

Evolução Passado-Presente

	-5%	-6%	-11%	-13%	2%	-2%	5%										1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--	-----	-----	------	------	----	-----	----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----	----	----

Evolução Presente-Futuro

	4%	5%	6%	12%	-2%	2%	4%										1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--	----	----	----	-----	-----	----	----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----	----	----

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	177.172.766	118.767.245	179.228.689	35.565.150	23.687.989	29.929.344	13.656.209		439	247	470	81	42	24	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1550259	968233	1520203	360588	166471	194600	54152		439	247	470	81	42	24	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	114,3	122,7	117,9	98,6	142,3	153,8	252,2		439	247	470	81	42	24	7		12,9	15,6	38,5	24,1	37,2	39,3	232,7

Consumo Presente:

Min.	185.354.957	126.902.382	180.009.718	36.070.860	23.098.277	29.833.594	15.749.676		439	247	470	81	42	24	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1550438	968262	1520474	360542	166459	194600	54152		439	247	470	81	42	24	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	119,6	131,1	118,4	100,0	138,8	153,3	290,8		439	247	470	81	42	24	7		13,9	18,7	15,0	26,0	36,9	39,5	273,5

Consumo Futuro:

Min.	189.530.349	131.171.948	187.130.559	35.904.005	23.563.682	33.261.433	13.968.050		439	247	470	81	42	24	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1550618	968291	1520744	360497	166447	194600	54152		439	247	470	81	42	24	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	122,2	135,5	123,1	99,6	141,6	170,9	257,9		439	247	470	81	42	24	7		14,9	19,3	15,4	25,2	47,6	46,5	231,6

Evolução Passado-Presente

	5%	7%	0%	1%	-2%	0%	15%										1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--	----	----	----	----	-----	----	-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----	----	----

Evolução Presente-Futuro

	2%	3%	4%	0%	2%	11%	-11%										1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--	----	----	----	----	----	-----	------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----	----	----

Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	157.650.389	132.410.630	159.380.110	48.673.332	37.922.059	27.489.300	5.279.908		475	302	514	80	43	31	9		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1648949	1078877	1592273	369579	190616	207383	47972		475	302	514	80	43	31	9		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	95,6	122,7	100,1	131,7	198,9	132,6	110,1		475	302	514	80	43	31	9		10,2	13,6	9,5	36,4	54,7	42,6	80,8

Consumo Presente:

Min.	156.668.961	133.126.536	162.335.391	45.425.400	38.863.477	31.720.842	5.403.043		475	302	514	80	43	31	9		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1648863	1078923	1592558	369621	190645	207383	47928		475	302	514	80	43	31	9		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	95,0	123,4	101,9	122,9	203,9	153,0	112,7		475	302	514	80	43	31	9		10,0	13,4	9,8	26,2	55,3	46,1	81,5

Consumo Futuro:

Min.	165.375.621	141.340.566	175.413.147	49.695.481	37.385.083	35.469.985	5.022.130		475	302	514	80	43	31	9		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1648778	1078969	1592843	369663	190673	207383	47884		475	302	514	80	43	31	9		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	100,3	131,0	110,1	134,4	196,1	171,0	104,9		475	302	514	80	43	31	9		11,4	15,0	10,6	27,9	52,6	56,3	80,0

Evolução Passado-Presente

	-1%	1%	2%	-7%	2%	15%	2%										1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--	-----	----	----	-----	----	-----	----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----	----	----

Evolução Presente-Futuro

	6%	6%	8%	9%	-4%	12%	-7%										1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--	----	----	----	----	-----	-----	-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----	----	----

Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	287.518.556	225.891.840	272.802.170	155.600.860	50.303.466	32.735.211	4.540.451		481	310	495	87	42	35	6		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1672294	1071556	1615625	349311	238750	238911	18126		481	310	495	87	42	35	6		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	171,9	210,8	168,9	445,5	210,7	137,0	250,5		481	310	495	87	42	35	6		20,9	35,6	16,1	270,3	87,3	54,6	64,6

Consumo Presente:

Min.	285.317.471	195.749.569	273.363.018	68.369.372	41.474.205	29.878.158	4.732.171		481	310	495	87	42	35	6		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1672350	1071563	1615659	349167	238841	238911	18126		481	310	495	87	42	35	6		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	170,6	182,7	169,2	195,8	173,6	125,1	261,1		481	310	495	87	42	35	6		18,8	20,3	15,5	52,0	50,6	54,6	78,9

Consumo Futuro:

Min.	289.925.558	201.667.714	271.376.560	70.315.645	46.483.349	29.368.956	5.039.734		481	310	495	87	42	35	6		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1672405	1071569	1615692	349023	238932	238911	18126																

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	76.357.057	43.551.853	74.514.858	10.578.389	21.541.316	7.601.120	6.422.882	371	234	398	56	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1284413	842529	1224175	254321	163240	108160	67772	371	234	398	56	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	59,4	51,7	60,9	41,6	132,0	70,3	94,8	371	234	398	56	36	23	8	18,3	12,0	16,6	9,5	112,7	36,1	102,0
Consumo Presente:																					
Min.	70.262.053	40.521.593	62.792.458	8.993.868	22.228.511	8.398.892	7.729.186	371	234	398	56	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1284571	842694	1224702	254367	163341	108160	67811	371	234	398	56	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	54,7	48,1	51,3	35,4	136,1	77,7	114,0	371	234	398	56	36	23	8	9,9	11,0	8,2	10,0	73,7	36,0	116,4
Consumo Futuro:																					
Min.	76.834.681	41.741.723	67.912.117	10.194.568	26.154.719	7.768.214	7.207.132	371	234	398	56	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1284730	842860	1225228	254412	163442	108160	67850	371	234	398	56	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	59,8	49,5	55,4	40,1	160,0	71,8	106,2	371	234	398	56	36	23	8	12,2	11,2	8,5	12,7	82,6	37,3	95,2
Evolução Passado-Presente	-8%	-7%	-16%	-15%	3%	10%	20%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	9%	3%	8%	13%	18%	-8%	-7%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	248.312.295	188.691.122	251.435.421	43.133.087	27.093.073	22.951.730	6.402.466	495	307	539	75	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1730264	1113473	1684069	348956	238205	229438	31806	495	307	539	75	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	143,5	169,5	149,3	123,6	113,7	100,0	201,3	495	307	539	75	41	35	8	16,8	43,1	19,0	35,1	24,1	26,1	95,5
Consumo Presente:																					
Min.	257.284.647	154.128.583	240.299.162	43.910.599	29.019.701	25.013.677	6.546.260	495	307	539	75	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1730191	1113493	1684058	348956	238205	229438	31806	495	307	539	75	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	148,7	138,4	142,7	125,8	121,8	109,0	205,8	495	307	539	75	41	35	8	16,0	14,7	14,8	33,6	25,5	26,8	94,2
Consumo Futuro:																					
Min.	269.197.855	161.438.975	248.436.772	43.384.898	33.263.543	25.214.347	6.554.057	495	307	539	75	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1730119	1113513	1684046	348956	238205	229438	31806	495	307	539	75	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	155,6	145,0	147,5	124,3	139,6	109,9	206,1	495	307	539	75	41	35	8	16,6	15,9	15,0	38,0	32,2	26,0	93,2
Evolução Passado-Presente	4%	-18%	-4%	2%	7%	9%	2%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	5%	5%	3%	-1%	15%	1%	0%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	6,7	4,5	5,4	7,2	8,5	4,6	0,2	289	203	361	58	30	26	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	63,5	65,0	82,8	87,8	61,1	90,3	42,8	289	203	361	58	30	26	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas - Internet móvel	14,0	17,1	8,9	10,8	31,2	9,4	0,0	439	247	470	81	42	24	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas - Internet fixa	105,5	114,0	109,5	89,2	107,5	143,9	290,8	439	247	470	81	42	24	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet móvel	5,8	12,2	4,8	10,6	32,5	15,0	1,7	475	302	514	80	43	31	9	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	89,2	111,2	97,1	112,3	171,4	137,9	111,0	475	302	514	80	43	31	9	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet móvel	14,4	17,3	10,7	16,1	13,9	4,7	6,6	481	310	495	87	42	35	6	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	156,2	165,4	158,5	179,7	159,7	120,4	254,5	481	310	495	87	42	35	6	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet móvel	4,1	2,6	2,0	3,5	13,1	4,8	1,0	371	234	398	56	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	50,6	45,5	49,3	31,8	123,0	72,9	113,0	371	234	398	56	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr.	14,8	11,4	8,7	16,5	9,5	8,2	1,1	495	307	539	75	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	133,9	127,0	134,0	109,3	112,3	100,9	204,7	495	307	539	75	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	8.455.400	3.746.286	6.694.075	2.033.446	1.380.681	856.878	6.669	289	203	361	58	30	26	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	80.691.192	53.962.338	103.255.775	24.913.823	9.954.269	16.729.652	1.829.217	289	203	361	58	30	26	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas - Internet móvel	21.739.285	16.549.680	13.488.971	3.896.397	5.198.755	1.828.427	-	439	247	470	58	42	24	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas - Internet fixa	163.615.671	110.352.703	166.520.747	32.174.463	17.899.522	28.005.167	15.749.676	439	247	470	58	42	24	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet móvel	9.590.468	13.119.482	7.663.264	3.905.999	6.192.619	3.116.200	81.802	475	302	514	58	43	31	9	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	147.078.493	120.007.054	154.672.127	41.519.401	32.670.858	28.604.642	5.321.241	475	302	514	58	43	31	9	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet móvel	24.092.749	18.503.819	17.358.193	5.607.994	3.322.749	1.111.856	119.162	481	310	495	58	42	35	6	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	261.224.722	177.245.750	256.004.825	62.761.377	38.151.456	28.766.302	4.613.009	481	310	495	58	42	35	6	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet móvel	5.308.001	2.191.914	2.470.739	893.705	2.143.413	514.948	65.065	371	234	398	58	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	64.954.052	38.329.679	60.321.718	8.100.163	20.085.097	7.883.944	7.664.121	371	234	398	58	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr.	25.618.501	12.699.529	14.590.763	5.760.098	2.268.913	1.869.951	35.363	495	307	539	58	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	231.666.146	141.429.054	225.708.399	38.150.502	26.750.788	23.143.726	6.510.897	495	307	539	58	41	35	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	6,9	4,7	5,7	8,0	8,3	4,7	0,2	289	203	361	58	30	26	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	66,1	68,1	88,2	98,0	59,8	91,7	44,5	289	203	361	58	30	26	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas - Internet móvel	14,3	17,7	9,2	10,8	31,9	10,5	0,0	439	247	470	58	42	24	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas - Internet fixa	107,9	117,8	113,8	88,8	109,7	160,4	257,9	439	247	470	58	42	24	7	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet móvel	6,1	12,9	5,2	11,6	31,2	16,8	1,6	475	302	514	58	43	31	9	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	94,2	118,1	104,9	122,9	164,8	154,2	103,3	475	302	514	58	43	31	9	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet móvel	14,6	17,8	10,7	16,5	15,6	4,6	7,0	481	310	495	58	42	35	6	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	158,7	170,4	157,3	184,9	179,0	118,4	271,0	481	310	495	58	42	35	6	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet móvel	4,5	2,7	2,2	4,0	15,4	4,4	0,9	371	234	398	58	36	23	8	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	55,3	46,8	53,2	36,1	144,6	67,4	105,3</														

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)																								
VoIP - Internet móvel	8.802.096	3.926.611	7.128.990	2.273.963	1.351.039	870.004	6.964		289	203	361	58	30	26	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	83.999.768	56.559.791	109.964.326	27.860.654	9.740.559	16.985.915	1.910.120		289	203	361	58	30	26	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móvel	22.228.995	17.106.485	14.022.569	3.878.373	5.303.504	2.038.511	-		439	247	470	58	42	24	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	167.301.355	114.065.463	173.107.990	32.025.632	18.260.178	31.222.922	13.968.050		439	247	470	58	42	24	7		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	10.123.445	13.928.966	8.280.617	4.273.171	5.957.047	3.484.509	76.035		475	302	514	58	43	31	9		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	155.252.176	127.411.600	167.132.530	45.422.311	31.428.035	31.985.476	4.946.095		475	302	514	58	43	31	9		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	24.481.864	19.063.250	17.232.055	5.767.637	3.724.062	1.092.907	126.907		481	310	495	58	42	35	6		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	265.443.694	182.604.464	254.144.505	64.548.008	42.759.287	28.276.049	4.912.827		481	310	495	58	42	35	6		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	5.804.535	2.257.914	2.672.186	1.013.017	2.522.003	476.280	60.671		371	234	398	58	36	23	8		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	71.030.145	39.483.809	65.239.931	9.181.551	23.632.716	7.291.934	7.146.461		371	234	398	58	36	23	8		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Interr	26.804.730	13.301.873	15.084.872	5.691.137	2.600.719	1.884.952	35.406		495	307	539	58	41	35	8		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	242.393.125	148.137.101	233.351.900	37.693.760	30.662.824	23.329.395	6.518.651		495	307	539	58	41	35	8		1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet

Acesso lento	73,8%	80,1%	77,1%	86,1%	51,6%	47,0%	38,3%		89	67	101	23	6	16	3		7,0 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	12,0 p.p.	25,3 p.p.	19,9 p.p.	43,5 p.p.
Quebras/ interrupções	57,3%	65,4%	61,8%	59,5%	26,5%	51,6%	16,3%		89	67	101	23	6	16	3		7,9 p.p.	9,0 p.p.	6,8 p.p.	13,2 p.p.	23,0 p.p.	20,0 p.p.	43,6 p.p.
Perdas de acesso	30,1%	56,4%	42,7%	55,2%	26,5%	42,3%	61,7%		89	67	101	23	6	16	3		7,5 p.p.	9,0 p.p.	7,0 p.p.	14,5 p.p.	24,2 p.p.	20,0 p.p.	43,5 p.p.
Dificuldade de upload e download	32,6%	42,1%	30,0%	32,0%	34,4%	45,0%	16,3%		89	67	101	23	6	16	3		7,7 p.p.	9,0 p.p.	6,6 p.p.	13,8 p.p.	26,1 p.p.	19,7 p.p.	40,8 p.p.
Cobertura do serviço fraca	40,8%	42,4%	30,6%	54,8%	26,5%	37,4%	16,3%		89	67	101	23	6	16	3		7,7 p.p.	8,9 p.p.	6,7 p.p.	14,5 p.p.	26,2 p.p.	20,0 p.p.	40,8 p.p.
Fraco apoio ao cliente	12,8%	14,9%	18,1%	15,6%	65,6%	25,3%	16,3%		89	67	101	23	6	16	3		5,3 p.p.	6,1 p.p.	5,4 p.p.	10,5 p.p.	23,4 p.p.	16,1 p.p.	24,8 p.p.
Outros																							
NS/NR	7,3%	4,8%		6,9%					89	67		23					4,1 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.	7,1 p.p.			

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP

Consumo atual - VoIP	20,4	25,9	22,2	20,6	20,6	24,9	19,7		291	206	363	58	30	26	7		2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	9,3 p.p.	6,6 p.p.	13,4 p.p.
Consumo atual - STF/STM	79,6	74,1	77,8	79,4	79,4	75,1	80,3		291	206	363	58	30	26	7		2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	9,3 p.p.	6,6 p.p.	13,4 p.p.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	9,6	11,8	10,4	9,3	11,2	8,9	13,6		291	206	363	58	30	26	7		3,4 p.p.	4,4 p.p.	3,1 p.p.	7,5 p.p.	11,3 p.p.	10,9 p.p.	25,4 p.p.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	90,4	88,2	89,6	90,7	88,8	91,1	86,4		291	206	363	58	30	26	7		3,4 p.p.	4,4 p.p.	3,1 p.p.	7,5 p.p.	11,3 p.p.	10,9 p.p.	25,4 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	6,5	8,5	7,1	6,7	7,7	5,9	11,6		291	206	363	58	30	26	7		2,8 p.p.	3,8 p.p.	2,6 p.p.	6,4 p.p.	9,5 p.p.	9,1 p.p.	23,7 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	93,5	91,5	92,9	93,3	92,3	94,1	88,4		291	206	363	58	30	26	7		2,8 p.p.	3,8 p.p.	2,6 p.p.	6,4 p.p.	9,5 p.p.	9,1 p.p.	23,7 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	3,6	4,9	3,5	4,0	3,6	3,0	7,1		291	206	363	58	30	26	7		2,1 p.p.	2,9 p.p.	1,9 p.p.	5,0 p.p.	6,6 p.p.	6,5 p.p.	19,0 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	96,4	95,1	96,5	96,0	96,4	97,0	92,9		291	206	363	58	30	26	7		2,1 p.p.	2,9 p.p.	1,9 p.p.	5,0 p.p.	6,6 p.p.	6,5 p.p.	19,0 p.p.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

Consumo atual - mensagens instantâneas	31,5	34,3	30,2	33,2	29,1	24,7	36,2		439	247	470	81	42	24	7		1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.	13,6 p.p.
Consumo atual - STM	68,5	65,7	69,8	66,8	70,9	75,3	63,8		439	247	470	81	42	24	7		1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.	13,6 p.p.
Metade do preço de STM - Mensagens i	17,4	18,1	16,5	15,0	16,7	13,5	21,5		439	247	470	81	42	24	7		3,5 p.p.	4,8 p.p.	3,4 p.p.	7,8 p.p.	11,3 p.p.	13,7 p.p.	30,4 p.p.
Metade do preço de STM - STM	82,6	81,9	83,5	85,0	83,3	86,5	78,5		439	247	470	81	42	24	7		3,5 p.p.	4,8 p.p.	3,4 p.p.	7,8 p.p.	11,3 p.p.	13,7 p.p.	30,4 p.p.
Igual ao preço de STM - Mensagens inst	13,4	13,5	12,7	11,1	12,6	8,2	17,3		439	247	470	81	42	24	7		3,2 p.p.	4,3 p.p.	3,0 p.p.	6,8 p.p.	10,0 p.p.	11,0 p.p.	28,0 p.p.
Igual ao preço de STM - STM	86,6	86,5	87,3	87,4	88,9	91,8	82,7		439	247	470	81	42	24	7		3,2 p.p.	4,3 p.p.	3,0 p.p.	6,8 p.p.	10,0 p.p.	11,0 p.p.	28,0 p.p.
Dobro do preço de STM - Mensagens ins	8,1	7,3	7,5	7,1	4,9	3,1	11,8		439	247	470	81	42	24	7		2,5 p.p.	3,2 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	6,6 p.p.	6,9 p.p.	23,9 p.p.
Dobro do preço de STM - STM	91,9	92,7	92,5	92,9	95,1	96,9	88,2		439	247	470	81	42	24	7		2,5 p.p.	3,2 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	6,6 p.p.	6,9 p.p.	23,9 p.p.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

Consumo atual - Audiovisual	26,6	27,3	28,6	27,7	38,9	27,7	28,6		475	302	514	80	43	31	9		1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,1 p.p.	10,6 p.p.	6,0 p.p.	12,2 p.p.
Consumo atual - TV	73,4	72,7	71,4	72,3	61,1	72,3	71,4		475	302	514	80	43	31	9		1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,1 p.p.	10,6 p.p.	6,0 p.p.	12,2 p.p.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisi	13,7	15,3	14,1	13,7	20,0	11,8	16,5		475	302	514	80	43	31	80		3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	8,8 p.p.	11,3 p.p.	8,1 p.p.
Metade do preço de TV - TV	86,3	84,7	85,9	86,3	80,0	88,2	83,5		475	302	514	80	43	31	80		3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	8,8 p.p.	11,3 p.p.	8,1 p.p.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	10,3	11,3	10,8	10,3	15,7	10,9	12,7		475	302	514	80	43	31	80		2,7 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	8,0 p.p.	11,0 p.p.	7,3 p.p.
Igual ao preço de TV - TV	89,7	88,7	89,2	89,7	84,3	89,1	87,3		475	302	514	80	43	31	80		2,7 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	8,0 p.p.	11,0 p.p.	7,3 p.p.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisua	5,1	6,2	6,1	5,4	9,3	8,4	10,4		475	302	514	80	43	31	80		2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	6,4 p.p.	9,8 p.p.	6,7 p.p.
Dobro do preço de TV - TV	94,9	93,8	93,9	94,6	90,7	91,6	89,6		475	302	514	80	43	31	80		2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	6,4 p.p.	9,8 p.p.	6,7 p.p.

Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel

Preço	52,0%	52,4%	52,3%	66,2%	35,1%	60,2%	92,1%		291	206	363	58	30	26	7		3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	13,0 p.p.	12,4 p.p.	21,7 p.p.
Segurança	13,2%	10,4%	14,2%	20,5%	20,1%	29,8%	29,9%		291	206	363	58	30	26	7		2,8 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	9,5 p.p.	10,7 p.p.	31,4 p.p.
Qualidade do serviço	28,1%	32,9%	29,0%	28,6%	20,1%	38,5%	90,0%		291	206	363	58	30	26	7		3,6 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,9 p.p.	12,1 p.p.	12,2 p.p.	23,4 p.p.
Funcionalidades do serviço	45,4%	41,8%	39,2%	32,8%	26,7%	38,4%	32,1%		291	206	363	58	30										

Variáveis	Frequência/ Média								Base Amostral								Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel																							
Preço	50,5%	66,5%	49,8%	52,4%	47,9%	42,2%	64,0%		439	247	470	81	42	24	7		3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,4 p.p.	25,9 p.p.
Segurança	15,3%	14,0%	17,0%	15,1%	35,3%	12,7%			439	247	470	81	42	24			2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	9,6 p.p.	8,0 p.p.	21,7 p.p.
Qualidade do serviço	34,2%	35,8%	30,9%	30,4%	35,3%	35,1%	51,2%		439	247	470	81	42	24	7		3,1 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,2 p.p.	11,4 p.p.	28,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	44,2%	51,9%	51,5%	40,7%	49,4%	45,8%	34,5%		439	247	470	81	42	24	7		3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	27,4 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	23,3%	29,2%	23,8%	13,2%	22,5%	6,8%			439	247	470	81	42	24	7		2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,7 p.p.	6,0 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	19,7 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	22,5%	20,3%	18,5%	12,4%	22,1%	3,8%	6,8%		439	247	470	81	42	24	7		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	5,6 p.p.	9,4 p.p.	9,2 p.p.	19,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	23,9%	29,1%	23,7%	14,8%	21,9%	9,0%	31,6%		439	247	470	81	42	24	7		2,8 p.p.	3,7 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	8,5 p.p.	7,4 p.p.	26,6 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont	37,9%	38,2%	39,0%	28,7%	57,3%	48,0%	65,5%		439	247	470	81	42	24	7		3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	6,7 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	25,9 p.p.
Outros	0,1%	1,1%	0,0%	0,2%					439	247	470	81					0,2 p.p.	0,7 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.			
NS/NR	4,0%	4,1%	3,7%		1,2%	2,5%			439	247	470	81	42	24			1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,7 p.p.	1,7 p.p.	3,4 p.p.	
Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão																							
Preço	34,0%	34,8%	31,5%	28,3%	38,6%	35,5%	72,1%		475	302	514	80	43	31	9		3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	6,6 p.p.	10,6 p.p.	11,4 p.p.	28,9 p.p.
Segurança	10,9%	7,7%	8,6%	13,5%	16,8%	9,1%			475	302	514	80	43	31	9		2,3 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	8,3 p.p.	9,6 p.p.	15,7 p.p.
Qualidade do serviço	45,3%	39,7%	40,0%	37,9%	64,6%	57,1%	88,1%		475	302	514	80	43	31	9		3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	11,4 p.p.	11,6 p.p.	25,9 p.p.
Funcionalidades do serviço	64,9%	57,1%	64,7%	59,8%	59,0%	49,4%	23,1%		475	302	514	80	43	31	9		3,2 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	11,1 p.p.	11,4 p.p.	28,2 p.p.
Outros	0,5%	2,2%	0,5%		1,1%				475	302	514		43				0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,5 p.p.		1,9 p.p.	1,3 p.p.	
NS/NR	6,8%	12,6%	11,4%	19,3%	6,6%	11,5%			475	302	514	80	43	31			1,5 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	5,5 p.p.	7,2 p.p.	
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas																							
Melhoria da qualidade das chamadas pc	44,5%	35,1%	37,0%	48,5%	33,9%	37,3%	52,7%		291	206	363	58	30	26	7		3,8 p.p.	4,5 p.p.	3,4 p.p.	8,2 p.p.	12,6 p.p.	12,4 p.p.	34,5 p.p.
Melhoria da qualidade do serviços de in	32,7%	30,7%	31,2%	40,1%	32,6%	35,6%	89,9%		291	206	363	58	30	26	7		3,6 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	7,8 p.p.	12,3 p.p.	11,9 p.p.	20,6 p.p.
Melhoria da qualidade do serviços de in	34,6%	38,1%	33,1%	47,6%	30,8%	19,6%	52,7%		291	206	363	58	30	26	7		3,7 p.p.	4,6 p.p.	3,3 p.p.	8,0 p.p.	12,4 p.p.	11,3 p.p.	34,6 p.p.
Os serviços Voip aumentarem o seu núm	21,8%	17,8%	15,7%	25,8%	24,0%	22,4%	52,7%		291	206	363	58	30	26	7		3,1 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	7,0 p.p.	11,7 p.p.	10,3 p.p.	34,6 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	38,8%	34,9%	33,4%	35,9%	46,7%	36,0%	7,4%		291	206	363	58	30	26	7		3,8 p.p.	4,5 p.p.	3,3 p.p.	7,9 p.p.	12,7 p.p.	11,9 p.p.	17,9 p.p.
Redução do preço do serviço de Interne	0,6%	0,2%	0,6%						291	206	363						0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.				
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfe	0,2%		0,2%						291		363						0,3 p.p.		0,2 p.p.				
Outros		0,1%	0,7%							206	363						0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.			
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t	0,2%		0,2%						291		363						0,3 p.p.		0,2 p.p.				
NS/NR	4,7%	6,9%	5,9%	3,8%	6,1%	1,8%			291	206	363	58	30	26			1,8 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	3,0 p.p.	6,5 p.p.	2,3 p.p.	
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens																							
Melhoria da qualidade das mensagens p	30,1%	32,0%	30,9%	38,1%	41,1%	44,0%	78,2%		439	247	470	81	42	24	7		3,0 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,8 p.p.	11,5 p.p.	25,9 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Intr	25,8%	24,8%	22,1%	27,9%	24,7%	24,7%	82,8%		439	247	470	81	42	24	7		2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	9,7 p.p.	10,6 p.p.	21,5 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Intr	34,1%	44,1%	32,8%	42,2%	37,8%	7,4%	52,6%		439	247	470	81	42	24	7		3,1 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.	28,3 p.p.
Aumentar o número de funcionalidades	24,2%	29,0%	21,3%	20,7%	42,7%	30,6%	31,6%		439	247	470	81	42	24	7		3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	10,4 p.p.	11,1 p.p.	26,6 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	35,2%	42,2%	29,5%	29,9%	34,9%	29,6%	48,8%		439	247	470	81	42	24	7		3,2 p.p.	4,2 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	9,8 p.p.	10,8 p.p.	28,3 p.p.
Redução do preço do serviço de Interne	1,1%	2,6%	1,1%						439	247	470						0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.			
Os serviços IM passarem a ser de tráfe	0,1%	0,1%	0,9%						439	247	470						0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.				
Outros	0,6%	0,2%	1,5%						439	247	470						0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.		2,2 p.p.	2,0 p.p.	
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t	11,2%	10,9%	21,2%	8,1%	20,4%	19,1%			439	247	470	81	42	24			2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	4,5 p.p.	8,5 p.p.	8,4 p.p.	8,9 p.p.
NS/NR	4,7%	5,0%	6,3%	9,9%	7,5%	3,2%			439	247	470	81	42	24			1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,6 p.p.	3,7 p.p.	7,9 p.p.	4,0 p.p.	
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual																							
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	38,9%	40,7%	33,5%	28,4%	37,7%	53,5%	11,2%		475	302	514	80	43	31	9		3,2 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	11,1 p.p.	11,7 p.p.	25,7 p.p.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	34,6%	38,9%	32,8%	29,2%	23,4%	58,8%	90,5%		475	302	514	80	43	31	9		3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	10,5 p.p.	11,6 p.p.	18,9 p.p.
O serviço de Internet móvel aumentar a	27,2%	34,4%	23,6%	27,1%	29,1%	19,8%	12,0%		475	302	514	80	43	31	9		3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,7 p.p.	6,4 p.p.	10,3 p.p.	10,1 p.p.	24,6 p.p.
Os serviços audiovisuais/ streaming aur	26,2%	25,2%	23,1%	24,6%	26,4%	18,2%	15,5%		475	302	514	80	43	31	9		2,9 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	6,2 p.p.	10,5 p.p.	10,7 p.p.	25,7 p.p.
Redução do preço do serviço de Interne		1,0%			6,4%					302			43				0,2 p.p.	0,7 p.p.		0,6 p.p.	4,5 p.p.		
Os serviços audiovisuais/ streaming pas					5,3%								43					0,4 p.p.		0,7 p.p.	4,1 p.p.		
Redução do preço dos serviços audiovisi	1,9%	0,5%	0,4%		5,3%				475	302	514		43				0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.		4,7 p.p.		
Outros	0,6%	1,2%	1,2%						475	302	514						0,4 p.p.	0,7 p.p.	0,7 p.p.				
Nada o faria deixar de utilizar o serviço c	22,0%	19,4%	28,0%	28,4%	32,2%	14,2%			475	302	514	80	43	31			2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,7 p.p.	6,5 p.p.	10,7 p.p.	7,5 p.p.	
NS/NR	10,4%	6,6%	7,7%	12,0%	15,5%	3,7%	2,2%		475	302	514	80	43	31	9		1,7 p.p.	1,9 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	7,6 p.p.	5,6 p.p.	7,9 p.p.

Variáveis

Significância estatística



Norte vs Centro Norte vs Lisboa Norte vs Alentejo Norte vs Algarve Norte vs Madeira Norte vs Açores Centro vs Lisboa Centro vs Alentejo Centro vs Algarve Centro vs Madeira Centro vs Açores Lisboa vs Alentejo Lisboa vs Algarve Lisboa vs Madeira Lisboa vs açores Alentejo vs Algarve Alentejo vs Madeira Alentejo vs Açores Algarve vs Madeira Algarve vs Açores Madeira vs Açores

4.2.1 Caracterização da amostra

Género e classe etária																				
Masculino - mais 55 anos	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Masculino - 35 a 54 anos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Masculino - 16 a 34 anos	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - mais 55 anos	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Feminino - 35 a 54 anos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - 16 a 34 anos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nível de escolaridade																				
Ensino básico ou menos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ensino secundário	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ensino superior	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR																				
Situação profissional																				
Empregado	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Desempregado	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Aluno/ Estudante	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros inativos	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros																				Não Sig.
NS/NR																				
Rendimento mensal do agregado familiar																				
Até 485 euros	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
De 486 a 970 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 971 a 1455 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1941 a 2425 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 2424 a 2909 euros	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ou superior a 2910 euros	Sig.	Sig.	Sig.				Não Sig.	Sig.				Sig.								
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.

4.2.2 Serviços OTT em Portugal

Pacote de serviços de telecomunicações																				
Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.													
Operador do pacote de serviços de telecomunicações																				
Meo	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NOS	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Vodafone	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.	Sig.	Sig.		Sig.				Sig.
Cabovisão	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.	Sig.			Sig.	Não Sig.		Sig.					
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações																				
Televisão por assinatura	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico fixo	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico móvel	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet fixa	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Internet móvel por dados móveis	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet móvel por pen USB	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.								
Gasto médio mensal com o conjunto de serviços																				
Entre 0 e 9,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 e 39,99 euros	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
120 euros ou mais	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.				
Tarifários de Internet móvel																				
Tarifário diário	Não Sig.	Sig.	Não Sig.					Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.						
Tarifário semanal																				
Tarifário mensal com dados móveis																				
Assinatura mensal não incluída num pacote	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.		
Outro		Sig.					Sig.									Sig.				
NS/NR	Não Sig.		Sig.	Não Sig.				Sig.	Não Sig.							Não Sig.				

Variáveis

Significância estatística



	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Whatsapp	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.														
Facebook Messenger	Sig.	Não Sig.				Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Sig.			Não Sig.					
Wechat																					
Line																					
QQ																					
Tango																					
Outros	Não Sig.	Não Sig.																			
Serviços de audiovisual utilizados																					
Youtube	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Spotify	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vine	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vimeo	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Musica	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP Play	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
TVI Player	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SoundCloud	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metacafe	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tidal		Sig.																			
Rhapsody	Não Sig.	Não Sig.		Sig.			Não Sig.		Sig.					Sig.							
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Serviço de audiovisual mais utilizado																					
Youtube	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Spotify	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Sig.	Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.			Sig.					
Vine																					
Vimeo	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.				Não Sig.					Não Sig.						
Apple Music	Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.						Sig.							
MEO Musica	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.			
RTP Play	Não Sig.	Não Sig.					Sig.														
MEO Go	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.		Sig.		Não Sig.				Não Sig.			
TVI Player	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.		Sig.				Não Sig.		Sig.	
SoundCloud																					
Metacafe																					
Tidal																					
Rhapsody																					
Outro		Não Sig.		Não Sig.										Não Sig.							
Redes sociais utilizadas																					
Facebook	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Instagram	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LinkedIn	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Plus	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Twitter	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Pinterest	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.
Myspace	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.		Sig.		Não Sig.
Flickr	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.
Tumblr	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Rede social mais utilizada																					
Facebook	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Instagram	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.				
LinkedIn	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.	
Google Plus	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.						
Twitter		Não Sig.	Não Sig.											Não Sig.							
Pinterest	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.									Não Sig.		
Myspace																					
Flickr																					
Tumblr	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.			Sig.		Sig.												
Outro		Não Sig.												Não Sig.							

Variáveis

Significância estatística



Serviços VoIP pagos e gratuitos

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
SKYPE - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.																		
SKYPE - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.																		
SKYPE - NS/NR	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.																
SKYPEOUT - pago																					
SKYPEOUT - gratuito																					
SKYPEOUT - NS/NR																					
FACETIME - pago																					
FACETIME - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
FACETIME - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.																			
VIBER - pago	Não Sig.	Não Sig.																			
VIBER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.																		
WHATSAPP - pago																					
WHATSAPP - gratuito	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.								Sig.	Sig.								
WHATSAPP - NS/NR																					
FACEBOOK MESSENGER - pago	Sig.	Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.							
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
HANGOUTS - pago																					
HANGOUTS - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
HANGOUTS - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.																
WECHAT - pago																					
WECHAT - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.		Não Sig.		
WECHAT - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.								
QQ - pago																					
QQ - gratuito	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.
QQ - NS/NR																					
LINE - pago	Não Sig.																				
LINE - gratuito	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.									
LINE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Sig.		Não Sig.			Sig.							Sig.	
TANGO - pago																					
TANGO - gratuito																					
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - pago	Não Sig.	Sig.					Não Sig.														
OUTRO - gratuito	Não Sig.	Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.													
OUTRO - NS/NR																					

Disponibilidade em pagar mensalmente

Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Não Sig.		Sig.		Não Sig.					
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente

média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Sig.		Não Sig.					
-------	----------	----------	----------	--	----------	--	----------	----------	--	----------	--	----------	--	------	--	----------	--	--	--	--	--

Variáveis

Significância estatística



	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Serviços de mensagens instantâneas pagas																					
WHATSAPP - pago	Não Sig.	Sig.					Não Sig.														
WHATSAPP - gratuito	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.					Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR																					
FACEBOOK MESSENGER - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Sig.	Não Sig.					Não Sig.			
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.			
SKYPE - pago		Não Sig.	Não Sig.																		
SKYPE - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.																		
SKYPE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - pago																					
VIBER - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.					Não Sig.		
VIBER - NS/NR		Não Sig.																			
HANGOUTS - pago	Não Sig.																				
HANGOUTS - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Sig.			Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR																					
WECHAT- pago																					
WECHAT - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.																	
WECHAT - NS/NR			Não Sig.																		
LINE - pago																					
LINE - gratuito																					
LINE - NS/NR																					
QQ - pago																					
QQ - gratuito																					
QQ - NS/NR																					
TANGO - pago																					
TANGO - gratuito																					
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - pago																					
OUTRO - gratuito	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.											Não Sig.						
OUTRO - NS/NR																					
Disponibilidade em pagar mensalmente																					
Sim	Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.		
Não	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente																					
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.					Não Sig.		

Variáveis

Significância estatística



	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.					
Operador de Internet	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.														
Outros NS/NR		Não Sig.		Sig.										Sig.							
4.2.4 Evolução das condições																					
Evolução do consumo de serviços VoIP																					
<u>Consumo Passado:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Evolução Passado-Presente</u>																					
<u>Evolução Presente-Futuro</u>																					
Evolução do consumo de serviços de m																					
<u>Consumo Passado:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Evolução Passado-Presente</u>																					
<u>Evolução Presente-Futuro</u>																					
Evolução do consumo de serviços de au																					
<u>Consumo Passado:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Evolução Passado-Presente</u>																					
<u>Evolução Presente-Futuro</u>																					
Evolução do consumo de redes sociais																					
<u>Consumo Passado:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
<u>Evolução Passado-Presente</u>																					
<u>Evolução Presente-Futuro</u>																					

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
4.2.1 Caracterização da amostra																					
Género e classe etária																					
Masculino - mais 55 anos	8,1%	11,3%	13,2%	8,4%	22,4%	35,8%	16,7%	817	536	985	182	60	69	6	1,2 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	2,7 p.p.	6,3 p.p.	7,4 p.p.	8,5 p.p.
Masculino - 35 a 54 anos	22,8%	20,4%	22,7%	30,4%	7,8%	33,4%	69,0%	817	536	985	182	60	69	6	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	4,9 p.p.	6,4 p.p.	8,3 p.p.	21,4 p.p.
Masculino - 16 a 34 anos	15,3%	15,1%	13,1%	19,2%	10,0%	22,5%	5,9%	817	536	985	182	60	69	6	1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	4,3 p.p.	7,1 p.p.	11,8 p.p.
Feminino - mais 55 anos	4,8%	4,1%	6,2%	1,3%	14,6%			817	536	985	182	60			1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	6,2 p.p.	2,1 p.p.	6,8 p.p.
Feminino - 35 a 54 anos	18,7%	15,6%	19,1%	16,5%	20,0%	1,8%	8,5%	817	536	985	182	60	69	6	1,8 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	4,2 p.p.	6,2 p.p.	4,7 p.p.	17,8 p.p.
Feminino - 16 a 34 anos	30,3%	33,6%	25,8%	24,1%	25,2%	6,5%		817	536	985	182	60	69		2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	7,0 p.p.	5,5 p.p.	14,6 p.p.
Nível de escolaridade																					
Ensino básico ou menos	10,5%	15,4%	12,7%	11,5%	23,1%	32,9%		817	536	985	182	60	69		1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	6,4 p.p.	7,8 p.p.	8,6 p.p.
Ensino secundário	60,9%	55,4%	59,9%	62,0%	61,8%	44,8%	62,5%	817	536	985	182	60	69	6	2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,1 p.p.	8,7 p.p.	20,1 p.p.
Ensino superior	28,7%	29,2%	27,4%	26,5%	15,1%	22,3%	37,5%	817	536	985	182	60	69	6	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	6,7 p.p.	7,3 p.p.	19,3 p.p.
NS/NR																	0,0 p.p.				
Situação profissional																					
Empregado	67,5%	57,2%	62,2%	64,3%	68,4%	59,5%	100,0%	817	536	985	182	60	69	6	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,2 p.p.	8,2 p.p.	8,7 p.p.	15,7 p.p.
Desempregado	15,4%	16,5%	16,7%	13,6%	2,9%	25,7%		817	536	985	182	60	69		1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	4,4 p.p.	7,9 p.p.	15,3 p.p.
Aluno/ Estudante	10,9%	14,4%	10,4%	13,8%	10,9%	1,6%		817	536	985	182	60	69		1,5 p.p.	2,1 p.p.	1,4 p.p.	3,8 p.p.	5,6 p.p.	3,7 p.p.	4,3 p.p.
Outros inativos	6,3%	11,9%	10,7%	8,4%	17,8%	13,1%		817	536	985	182	60	69		1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	5,7 p.p.	
Outros			0,1%							985					0,2 p.p.		0,1 p.p.				
NS/NR	0,0%							817							0,1 p.p.		0,2 p.p.		0,5 p.p.		
Rendimento mensal do agregado familiar																					
Até 485 euros	5,9%	6,9%	4,8%	7,6%	3,2%	8,7%		817	536	985	182	60	69		1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	8,3 p.p.
De 486 a 970 euros	25,7%	28,8%	22,0%	31,8%	33,2%	18,6%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	2,1 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	7,6 p.p.	7,8 p.p.	21,1 p.p.
De 971 a 1455 euros	28,0%	28,7%	27,0%	30,9%	20,7%	30,5%		817	536	985	182	60	69		2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	7,8 p.p.	7,5 p.p.	15,6 p.p.
De 1456 a 1940 euros	16,8%	16,9%	17,3%	10,8%	10,0%	11,6%	6,5%	817	536	985	182	60	69	6	1,7 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.	10,7 p.p.
De 1941 a 2425 euros	8,0%	6,7%	11,9%	8,9%	18,2%	17,3%	22,5%	817	536	985	182	60	69	6	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	5,8 p.p.	6,1 p.p.	16,3 p.p.
De 2424 a 2909 euros	3,4%	3,2%	6,5%	4,1%	0,5%	0,5%		817	536	985	182	60	69		0,8 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,0 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	8,1 p.p.
Igual ou superior a 2910 euros	2,4%	2,2%	4,7%	1,4%	2,3%	6,9%	39,7%	817	536	985	182	60	69	6	0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,2 p.p.	12,7 p.p.
NS/NR	9,7%	6,6%	5,8%	4,5%	12,3%	5,9%		817	536	985	182	60	69		1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	2,5 p.p.	5,0 p.p.	3,8 p.p.	
4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis																					
Pacote de serviços de telecomunicações																					
Sim	98,0%	99,3%	99,0%	98,5%	100,0%	100,0%	100,0%	795	523	966	174	60	68	6	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
Não	2,0%	0,7%	1,0%	1,5%				795	523	966	174				0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
Operador do pacote de serviços de telecomunicações																					
Meo	25,7%	45,2%	32,6%	60,5%	68,7%	48,4%	52,1%	771	513	951	171	60	68	6	2,2 p.p.	3,1 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	8,2 p.p.	8,7 p.p.	20,7 p.p.
NOS	38,2%	23,4%	42,1%	24,0%	15,7%	50,7%	47,9%	771	513	951	171	60	68	6	2,4 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.	4,6 p.p.	7,5 p.p.	8,7 p.p.	20,7 p.p.
Vodafone	33,8%	23,4%	21,5%	8,6%	7,7%	0,9%		771	513	951	171	60	68		2,2 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	3,2 p.p.	4,8 p.p.	2,4 p.p.	
Cabovisão	2,3%	8,1%	3,8%	6,9%	8,0%			771	513	951	171	60			0,8 p.p.	1,7 p.p.	0,8 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.		
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações																					
Televisão por assinatura	76,5%	74,6%	82,9%	77,4%	74,6%	80,2%	100,0%	817	536	985	182	60	69	6	2,0 p.p.	2,5 p.p.	1,6 p.p.	4,2 p.p.	7,1 p.p.	7,2 p.p.	10,5 p.p.
Serviço telefónico fixo	71,3%	72,6%	78,8%	70,5%	84,4%	70,9%	100,0%	817	536	985	182	60	69	6	2,1 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	4,8 p.p.	7,1 p.p.	7,7 p.p.	14,8 p.p.
Serviço telefónico móvel	65,9%	61,6%	70,9%	68,4%	67,3%	73,4%	54,4%	817	536	985	182	60	69	6	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,3 p.p.	8,4 p.p.	20,7 p.p.
Internet fixa	88,7%	89,9%	92,0%	89,7%	92,9%	86,5%	100,0%	817	536	985	182	60	69	6	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	2,8 p.p.	5,2 p.p.	5,7 p.p.	0,0 p.p.
Internet móvel por dados móveis	60,0%	60,2%	66,0%	68,8%	58,4%	72,9%	54,4%	817	536	985	182	60	69	6	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,3 p.p.	8,7 p.p.	20,9 p.p.
Internet móvel por pen USB	15,1%	13,1%	16,8%	17,0%	11,2%	16,2%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,7 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.	4,0 p.p.	6,3 p.p.	6,3 p.p.	18,1 p.p.
NS/NR	2,1%	2,5%	2,7%	0,9%	0,5%			817	536	985	182	60			0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.		
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações																					
Entre 0 e 9,99 euros	10,1%	6,6%	6,0%	5,8%	4,2%	4,8%		817	536	985	182	60	69		1,2 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.	3,6 p.p.	4,3 p.p.
Entre 10 e 19,99 euros	10,7%	10,1%	11,6%	5,2%	6,2%	12,6%		817	536	985	182	60	69		1,3 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	2,5 p.p.	5,2 p.p.	5,0 p.p.	7,1 p.p.
Entre 20 e 29,99 euros	10,6%	9,7%	9,1%	8,9%	13,3%	21,9%		817	536	985	182	60	69		1,6 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	2,7 p.p.	5,1 p.p.	6,4 p.p.	
Entre 30 e 39,99 euros	12,6%	12,6%	10,8%	10,2%	3,4%	12,0%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,3 p.p.	6,2 p.p.	16,7 p.p.
Entre 40 e 49,99 euros	13,6%	12,1%	12,9%	15,7%	17,6%	4,0%		817	536	985	182	60	69		1,6 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	4,0 p.p.	5,6 p.p.	6,0 p.p.	17,2 p.p.
Entre 50 e 69,99 euros	23,9%	29,9%	24,8%	24,2%	37,2%	17,0%	60,3%	817	536	985	182	60	69	6	2,1 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	7,5 p.p.	6,5 p.p.	19,7 p.p.
Entre 70 e 89,99 euros	9,4%	9,3%	16,1%	22,3%	9,1%	16,2%		817	536	985	182	60	69		1,4 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	4,5 p.p.	5,8 p.p.	5,5 p.p.	13,9 p.p.
Entre 90 e 119,99 euros	5,5%	5,5%	5,2%	5,0%	7,4%	6,6%	8,5%	817	536	985	182	60	69	6	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	3,7 p.p.	5,3 p.p.	14,9 p.p.
120 euros ou mais	1,2%	0,6%	1,1%	1,1%	1,2%	1,2%		817	536	985	182	60	69		0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	
NS/NR	2,3%	3,8%	2,4%	1,5%	1,5%	3,7%		817	536	985	182	60	69		0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,5 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.	
Tarifários de Internet móvel																					
Tarifário diário	17,7%	11,7%	13,9%	24,5%	19,3%			216	113	235	39	9			4,7 p.p.	5,1 p.p.	3,9 p.p.	11,5 p.p.	14,5 p.p.		
Tarifário semanal	11,8%	11,0%	7,6%	2,5%	3,6%	7,6%		216	113	235	39	9	14		3,7 p.p.	4,3 p.p.	3,7 p.p.	6,6 p.p.		13,9 p.p.	
Tarifário mensal com dados móveis	4,9%	8,3%	8,6%	22,6%	7,6%	8,4%		216	113	235	39	9	14		2,4 p.p.	3,8 p.p.	3,1 p.p.	10,2 p.p.	9,5 p.p.	14,6 p.p.	
Assinatura mensal não incluída num paq	48,4%	54,8%	56,0%	46,1%	52,1%	80,3%		216	113	235	39	9	14		6,2 p.p.	7,7 p.p.	5,9 p.p.	13,9 p.p.	21,6 p.p.	20,8 p.p.	
Outro	6,2%	6,5%	4,3%	0,9%				216	113	235	39				3,0 p.p.	3,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.			0,0 p.p.
NS/NR	11,0%	7,7%	9,6%	3,5%	17,4%	3,6%		216	113	235	39	9	14		3,8 p.p.	4,0 p.p.	3,3 p.p.	7,6 p.p.	16,3 p.p.	9,8 p.p.	

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Utilização dos grupos de serviços OTT																					
Motores de busca	98,6%	95,6%	96,8%	96,0%	95,5%	91,8%	100,0%	817	536	985	182	60	69	6	0,5 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	2,3 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	0,0 p.p.
Redes sociais	95,9%	92,1%	90,2%	89,0%	88,0%	97,5%	100,0%	817	536	985	182	60	69	6	1,0 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,0 p.p.	4,3 p.p.	2,6 p.p.	0,0 p.p.
Serviços audiovisuais	88,7%	90,4%	84,6%	88,0%	82,5%	87,1%	83,3%	817	536	985	182	60	69	6	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.	3,3 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.	8,5 p.p.
Mensagens instantâneas	90,2%	88,0%	86,4%	81,6%	90,5%	95,2%	83,3%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	5,5 p.p.	3,6 p.p.	12,6 p.p.
VoIP	80,0%	76,6%	74,1%	73,4%	68,8%	83,1%	76,8%	817	536	985	182	60	69	6	2,0 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	7,4 p.p.	6,4 p.p.	9,9 p.p.
Partilha e armazenamento de ficheiros	67,2%	63,7%	63,0%	58,5%	48,5%	59,2%	69,0%	817	536	985	182	60	69	6	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	8,1 p.p.	8,4 p.p.	18,9 p.p.
Serviços VoIP utilizados																					
Apenas voz:																					
Skype	9,0%	5,1%	8,5%	7,5%	1,3%	4,1%	37,1%	817	536	985	182	60	69	6	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,9 p.p.	4,3 p.p.	4,5 p.p.	18,3 p.p.
Skypeout	0,5%	0,2%	0,2%	1,9%	0,5%	0,5%	62,5%	817	536	985	182	60	69	6	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	15,4 p.p.
Facetime	0,6%	1,8%	0,8%				31,2%	817	536	985				6	0,4 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	3,1 p.p.	11,4 p.p.
Viber	12,4%	9,5%	12,6%	9,9%	11,0%	8,8%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	5,5 p.p.	11,4 p.p.
Whatsapp	20,0%	17,0%	23,2%	20,2%	10,7%	17,3%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	11,4 p.p.
Facebook Messenger	29,5%	21,6%	25,2%	25,1%	32,1%	16,7%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	2,1 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	4,6 p.p.	7,0 p.p.	7,3 p.p.	11,4 p.p.
Hangouts	5,2%	2,8%	5,3%	5,9%	2,0%	10,0%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	4,9 p.p.	11,4 p.p.
Wechat	0,7%	0,1%	0,7%		5,1%		31,2%	817	536	985		60		6	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,9 p.p.	2,4 p.p.	2,2 p.p.	11,4 p.p.
QQ	0,5%		0,2%				31,2%	817	536	985				6	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	11,4 p.p.
Line	0,9%	0,2%	0,4%	1,2%		2,2%	31,2%	817	536	985	182		69	6	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	1,2 p.p.		2,9 p.p.	11,4 p.p.
Tango	0,3%	0,1%	0,3%	0,2%			31,2%	817	536	985	182			6	0,2 p.p.	0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.			11,4 p.p.
Outros	0,8%	1,1%	0,8%	2,3%				817	536	985	182				0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	2,0 p.p.		2,2 p.p.	
Apenas videochamada:																					
Skype	11,2%	9,9%	7,7%	11,2%	8,1%	7,7%		817	536	985	182	60	69		1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,1 p.p.	5,7 p.p.	4,9 p.p.	15,7 p.p.
Skypeout	1,3%	1,1%	0,2%					817	536	985					0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,1 p.p.				
Facetime	3,0%	2,0%	2,1%	1,6%		0,5%		817	536	985	182		69		0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.		1,0 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.
Viber	2,1%	2,2%	1,3%		0,4%	4,1%		817	536	985		60	69		0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.		1,9 p.p.	2,7 p.p.	4,3 p.p.
Whatsapp	2,8%	5,1%	1,4%	2,5%	1,1%	1,1%		817	536	985	182	60	69		0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.		1,2 p.p.	1,3 p.p.	
Facebook Messenger	7,5%	5,0%	3,7%	5,3%	9,5%	7,1%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,3 p.p.	1,4 p.p.	0,9 p.p.	2,6 p.p.	5,4 p.p.	3,9 p.p.	20,7 p.p.
Hangouts	2,2%	1,8%	1,3%	2,4%		0,5%		817	536	985	182		69		0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.		1,5 p.p.		1,4 p.p.
Wechat	0,7%	0,8%	0,1%	1,1%				817	536	985	182				0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.		0,8 p.p.		4,3 p.p.
QQ	0,7%	0,9%	0,0%					817	536	985					0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,1 p.p.		0,3 p.p.		1,1 p.p.
Line	0,4%	0,8%	0,2%					817	536	985					0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,1 p.p.				4,3 p.p.
Tango	0,6%	0,9%	0,2%					817	536	985					0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,1 p.p.				
Outros			0,2%							985							0,1 p.p.				
Voz + Videochamada:																					
Skype	29,9%	33,0%	30,1%	30,5%	36,9%	42,7%	8,5%	817	536	985	182	60	69	6	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	7,9 p.p.	8,6 p.p.	20,9 p.p.
Skypeout	1,4%	0,0%	0,7%					817	536	985	182				0,4 p.p.	0,1 p.p.	0,3 p.p.		0,9 p.p.		
Facetime	6,8%	7,6%	6,7%	4,6%	1,0%	4,1%		817	536	985	182	60	69		1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.		1,9 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.
Viber	5,3%	3,9%	6,4%	5,8%	2,7%	2,6%		817	536	985	182	60	69		1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.		2,2 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.
Whatsapp	9,6%	11,2%	11,6%	4,7%	9,7%	18,6%		817	536	985	182	60	69		1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	3,5 p.p.	5,1 p.p.	7,2 p.p.
Facebook Messenger	21,4%	26,8%	21,6%	22,7%	9,9%	34,3%	8,5%	817	536	985	182	60	69	6	2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,3 p.p.	6,2 p.p.	7,9 p.p.	18,8 p.p.
Hangouts	4,2%	2,9%	3,9%	3,6%	0,9%	2,6%		817	536	985	182	60	69		1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	2,0 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	8,3 p.p.
Wechat	1,5%	0,6%	0,5%	0,2%				817	536	985	182				0,7 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.		0,9 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.
QQ	0,7%	0,2%	0,2%					817	536	985					0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.				4,3 p.p.
Line	1,4%	0,2%	0,4%			2,2%		817	536	985			69		0,6 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.				3,0 p.p.
Tango	1,2%	0,2%	0,4%					817	536	985					0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.				
Outros	0,9%		0,2%	1,4%				817		985	182				0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.			
Serviço VoIP mais utilizado																					
Skype	32,9%	38,8%	33,2%	40,7%	39,8%	33,4%	100,0%	342	218	416	84	27	36	1	3,8 p.p.	4,8 p.p.	3,4 p.p.	7,8 p.p.	13,0 p.p.	11,9 p.p.	34,4 p.p.
Skypeout																					
Facetime	3,7%	1,5%	1,8%	1,1%		1,8%		342	218	416	84		36		1,4 p.p.	1,2 p.p.	0,8 p.p.		1,2 p.p.		3,9 p.p.
Viber	6,8%	8,3%	5,1%	4,8%	6,0%	9,0%		342	218	416	84	27	36		1,7 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.	7,0 p.p.	
Whatsapp	14,4%	8,5%	21,7%	8,3%	1,0%	6,9%		342	218	416	84	27	36		2,2 p.p.	2,0 p.p.	2,3 p.p.	4,0 p.p.	5,8 p.p.	5,1 p.p.	
Facebook Messenger	40,3%	41,6%	33,9%	44,0%	53,2%	44,9%		342	218	416	84	27	36		3,8 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,2 p.p.	12,5 p.p.	12,4 p.p.	34,2 p.p.
Hangouts	1,6%	1,3%	3,6%	1,0%		0,8%		342	218	416	84		36		1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	2,8 p.p.	10,1 p.p.
Wechat	0,1%							342							0,2 p.p.		0,4 p.p.		2,5 p.p.		
QQ																					
Line			0,4%							416						0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.			
Tango	0,1%							342							0,2 p.p.						
Outros	0,1%		0,2%					342		416					0,5 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	2,2 p.p.			
Serviços de mensagens instantâneas utilizados																					
Whatsapp	35,6%	35,6%	44,5%	33,0%	22,4%	43,4%		817	536	985	182	60	69		1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	7,5 p.p.	7,2 p.p.
Facebook Messenger	78,5%	76,7%	71,0%	71,8%	77,4%	69,1%	83,3%	817	536	985	182	60	69	6	2,0 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	7,1 p.p.	7,0 p.p.	12,6 p.p.
Skype	33,8%	39,3%	35,0%	33,0%	25,8%	44,9%	37,1%	817	536	985	182	60	69	6	2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	8,1 p.p.	8,7 p.p.	21,3 p.p.
Viber	15,8%	10,2%	16,2%	9,8%	11,3%	11,9%		817	536	985	182	60	69		1,6 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	2,7 p.p.	5,2 p.p.	5,9 p.p.	
Hangouts	8,9%	7,7%	12,7%	11,5%	3,9%	5,2%		817	536	985	182	60	69		1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,9 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	8,3 p.p.
Wechat	0,8%	0,4%	0,9%					817	536	985					0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,8 p.p.	1,8 p.p.	3,6 p.p.	
Line	1,4%	0,9%	0,2%					817	536	985					0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,3 p.p.				1,1 p.p.
QQ	0,3																				

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Whatsapp	13,2%	12,7%	23,2%	13,0%	19,2%	19,4%		435	277	526	96	37	48		1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	3,4 p.p.	6,6 p.p.	6,9 p.p.	
Facebook Messenger	70,1%	74,9%	59,8%	71,6%	57,2%	64,2%	100,0%	435	277	526	96	37	48	5	3,0 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.	6,5 p.p.	10,2 p.p.	10,2 p.p.	0,0 p.p.
Skype	8,8%	7,3%	9,3%	11,2%	17,8%	12,0%		435	277	526	96	37	48		2,2 p.p.	2,6 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	7,6 p.p.	7,1 p.p.	
Viber	3,8%	3,3%	2,9%	3,1%	5,8%	3,7%		435	277	526	96	37	48		1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	5,4 p.p.	5,2 p.p.	
Hangouts	3,9%	1,7%	4,6%	1,2%		0,6%		435	277	526	96		48		1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	
Wechat																					
Line																					
QQ																		0,2 p.p.			
Tango																					
Outros	0,1%	0,2%	0,2%					435	277	526					0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.				
Serviço de audiovisual utilizados																					
Youtube	85,4%	87,9%	80,7%	85,5%	81,1%	86,7%	83,3%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,7 p.p.	6,1 p.p.	6,1 p.p.	8,5 p.p.
Spotify	19,4%	19,0%	18,4%	19,4%	10,6%	7,6%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,9 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	4,1 p.p.	7,1 p.p.	4,6 p.p.	18,6 p.p.
Vine	2,9%	1,2%	3,9%	4,2%		0,5%		817	536	985	182		69	6	0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,8 p.p.	3,4 p.p.	3,0 p.p.	13,2 p.p.
Vimeo	11,2%	9,0%	10,7%	5,9%	4,1%	10,8%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.	3,2 p.p.	5,0 p.p.	5,5 p.p.	14,6 p.p.
Apple Music	4,8%	6,8%	7,0%	1,8%	4,1%	5,6%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,0 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,7 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	11,4 p.p.
MEO Musica	8,9%	9,2%	11,6%	21,8%	9,1%	13,9%	37,8%	817	536	985	182	60	69	6	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	5,8 p.p.	5,6 p.p.	18,8 p.p.
RTP Play	10,3%	7,9%	11,7%	11,9%	5,0%	17,2%	69,0%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	3,3 p.p.	4,0 p.p.	7,3 p.p.	21,0 p.p.
MEO Go	9,2%	12,4%	12,0%	17,8%	4,1%	12,3%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	4,3 p.p.	5,2 p.p.	20,1 p.p.
TVI Player	13,1%	7,9%	11,1%	10,9%	9,4%	21,5%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	5,0 p.p.	7,0 p.p.	17,9 p.p.
SoundCloud	6,7%	4,5%	5,8%	2,4%	4,1%			817	536	985	182	60		6	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,1 p.p.	2,1 p.p.	3,9 p.p.	3,2 p.p.	15,1 p.p.
Metacafe	1,3%	1,6%	0,9%	0,2%				817	536	985	182				0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.		7,2 p.p.
Tidal	0,3%		0,1%					817		985					0,2 p.p.		0,3 p.p.				
Rhapsody	0,3%	1,2%	0,3%					817	536	985					0,3 p.p.	0,6 p.p.	0,2 p.p.		2,3 p.p.		
Outro	2,6%	3,0%	1,4%	3,0%		2,5%		817	536	985	182		69		0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	6,8 p.p.
Nenhum	11,3%	9,7%	16,0%	12,0%	17,5%	12,9%	16,7%	817	536	985	182	60	69	6	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.	3,4 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.	8,5 p.p.
Serviço de audiovisual mais utilizado																					
Youtube	86,3%	90,2%	83,7%	87,2%	86,8%	90,5%	100,0%	413	286	522	99	30	39	2	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.	8,6 p.p.	8,1 p.p.	0,0 p.p.
Spotify	5,4%	3,8%	3,7%	6,0%	2,4%			413	286	522	99	30			1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	7,4 p.p.		
Vine	0,5%		0,4%					413		522					0,3 p.p.		0,3 p.p.				
Vimeo	0,5%	0,1%	0,1%	0,3%				413	286	522	99				0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.		2,1 p.p.	
Apple Music	0,3%		1,3%		6,6%	0,8%		413		522		30	39		0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	1,4 p.p.	
MEO Musica	0,9%	1,2%	3,0%	0,9%				413	286	522	99				0,5 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.		2,1 p.p.	
RTP Play	1,9%	0,4%	0,7%			3,0%		413	286	522		39			0,8 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.			2,8 p.p.	
MEO Go	1,7%	3,3%	5,2%	4,2%	4,2%	2,0%		413	286	522	99	30	39		0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	5,0 p.p.	
TVI Player	1,5%		1,0%	1,4%		3,6%		413		522	99		39		0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	1,5 p.p.		5,5 p.p.	
SoundCloud	0,2%	0,1%	0,1%					413	286	522					0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,1 p.p.				
Metacafe		0,2%								286							0,4 p.p.				
Tidal																					
Rhapsody			0,1%							522								0,1 p.p.			
Outro	0,9%	0,6%	0,7%					413	286	522					0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.		2,2 p.p.		
Redes sociais utilizadas																					
Facebook	92,4%	90,2%	86,7%	84,8%	82,6%	97,5%	100,0%	817	536	985	182	60	69	6	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.	5,5 p.p.	2,8 p.p.	0,0 p.p.
Instagram	33,4%	33,0%	35,4%	26,8%	29,1%	19,2%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	7,6 p.p.	7,4 p.p.	20,2 p.p.
LinkedIn	19,0%	15,3%	18,7%	13,6%	6,5%	10,6%	39,7%	817	536	985	182	60	69	6	2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	3,8 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.	16,8 p.p.
Google Plus	17,8%	12,5%	16,3%	21,2%	21,2%	18,2%	37,8%	817	536	985	182	60	69	6	1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	7,3 p.p.	7,4 p.p.	13,8 p.p.
Twitter	15,0%	16,0%	14,8%	9,5%	5,3%	16,0%	6,5%	817	536	985	182	60	69	6	1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	6,5 p.p.	7,6 p.p.	9,8 p.p.
Pinterest	9,3%	11,7%	12,2%	4,0%	8,1%	5,8%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	3,9 p.p.	11,4 p.p.
Myspace	2,4%	3,3%	1,5%	2,3%	1,4%			817	536	985	182	60	69		0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.		13,9 p.p.
Flickr	1,5%	1,6%	1,7%	1,0%	1,0%	0,5%		817	536	985	182	60	69		0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	
Tumblr	6,1%	8,0%	7,1%	2,4%	3,3%		6,5%	817	536	985	182	60		6	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	3,5 p.p.	5,4 p.p.
Outro	0,9%	0,4%	0,4%	1,6%				817	536	985	182		69		0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,3 p.p.			
Nenhum	4,3%	7,9%	9,9%	11,0%	12,0%	2,5%		817	536	985	182	60	69		1,0 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,0 p.p.	4,3 p.p.	2,6 p.p.	
Rede social mais utilizada																					
Facebook	91,8%	93,5%	88,3%	98,4%	85,2%	100,0%	100,0%	434	284	479	77	25	23	2	1,7 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	3,1 p.p.	7,5 p.p.	6,6 p.p.	14,9 p.p.
Instagram	4,3%	3,1%	5,2%					434	284	479					1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.		4,8 p.p.	
LinkedIn	0,4%	0,3%	0,9%	1,6%				434	284	479	77				0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.		14,9 p.p.
Google Plus	1,2%	1,4%	2,4%		14,8%			434	284	479		25			0,7 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	6,5 p.p.	4,1 p.p.	
Twitter	1,1%	0,1%	2,4%					434	284	479					0,8 p.p.	0,2 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.			
Pinterest	0,2%	0,8%	0,2%					434	284	479					0,5 p.p.	0,8 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.		2,2 p.p.	
Myspace																					
Flickr	0,1%							434							0,1 p.p.						
Tumblr	0,6%	0,8%	0,5%					434	284	479					0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.		3,9 p.p.		
Outro	0,3%							434							0,4 p.p.		0,2 p.p.				

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros																					
Dropbox	39,1%	39,6%	35,4%	29,3%	20,6%	42,4%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,0 p.p.	7,7 p.p.	8,4 p.p.	21,1 p.p.
Google Drive	38,5%	30,9%	37,7%	32,6%	19,1%	44,2%	69,0%	817	536	985	182	60	69	6	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	7,6 p.p.	8,7 p.p.	21,2 p.p.
OneDrive	18,3%	16,8%	14,4%	20,7%	5,6%	10,4%	69,0%	817	536	985	182	60	69	6	1,9 p.p.	2,4 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	5,3 p.p.	6,0 p.p.	19,9 p.p.
iCloud	11,9%	10,3%	12,0%	9,1%	13,4%	11,0%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	2,6 p.p.	5,5 p.p.	5,6 p.p.	13,7 p.p.
MEO Cloud	9,3%	8,7%	8,1%	16,3%	4,0%	13,5%	31,2%	617	536	985	182	60	69	6	1,4 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	4,6 p.p.	6,0 p.p.	20,7 p.p.
Google Hangouts	3,6%	2,1%	5,8%	5,3%	0,4%	4,6%	37,8%	817	536	985	182	60	69	6	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	12,4 p.p.
Office 365	6,8%	8,7%	6,8%	11,2%	8,3%	7,7%		817	536	985	182	60	69	6	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,6 p.p.	12,9 p.p.
Team Viewer	7,3%	5,7%	5,6%	9,3%	6,0%	9,5%	6,5%	817	536	985	182	60	69	6	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	4,8 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.
Salesfoce	0,5%		0,2%					817	536	985					0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.				
Outro	1,7%	0,1%	1,5%	0,9%		0,4%		817	536	985	182	60	69	6	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.		0,8 p.p.	0,8 p.p.	
Nenhum	33,6%	36,4%	37,2%	42,0%	51,5%	40,8%	31,0%	817	536	985	182	60	69	6	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	8,1 p.p.	8,4 p.p.	18,9 p.p.
Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Dropbox	41,4%	44,5%	36,6%	28,1%	39,2%	41,6%		319	197	401	66	19	28		3,6 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	12,7 p.p.	13,1 p.p.	30,4 p.p.
Google Drive	26,5%	29,2%	29,1%	25,2%	1,9%	33,0%	16,1%	319	197	401	66	19	28	2	3,4 p.p.	4,2 p.p.	3,2 p.p.	7,1 p.p.	8,5 p.p.	12,7 p.p.	8,4 p.p.
OneDrive	13,4%	12,2%	12,1%	12,4%	11,0%	3,9%	83,9%	319	197	401	66	19	28	2	2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	9,0 p.p.	9,9 p.p.	18,4 p.p.
iCloud	6,0%	5,8%	7,8%	1,4%	37,2%	1,1%		319	197	401	66	19	28		1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	9,5 p.p.	2,1 p.p.	
MEO Cloud	6,2%	2,6%	6,3%	14,7%	10,8%	14,0%		319	197	401	66	19	28		1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.	6,3 p.p.	10,4 p.p.	8,0 p.p.	26,0 p.p.
Google Hangouts	2,2%	0,8%	3,0%	4,5%				319	197	401	66				0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.		1,9 p.p.	
Office 365	1,1%	3,2%	4,0%	9,4%				319	197	401	66				1,3 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	5,0 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	14,8 p.p.
Team Viewer	2,7%	1,5%	0,6%	4,3%		5,4%		319	197	401	66		28		1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.	4,6 p.p.	5,9 p.p.	
Salesfoce																					
Outro	0,4%	0,2%	0,6%			1,0%		319	197	401			28		0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.		2,1 p.p.	
Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados																					
Google	96,8%	91,6%	95,3%	96,0%	95,5%	91,8%	100,0%	817	536	985	182	60	69	6	0,9 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	3,1 p.p.	3,6 p.p.	0,0 p.p.
Yahoo	9,9%	7,5%	9,4%	8,2%	2,5%	4,2%	39,7%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	4,1 p.p.	4,5 p.p.	13,3 p.p.
Bing	12,0%	7,6%	7,4%	11,5%	5,5%	16,5%	37,8%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.	3,3 p.p.	5,2 p.p.	6,1 p.p.	14,8 p.p.
Ask	5,4%	2,4%	2,8%	6,7%	8,1%	4,1%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,1 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	4,3 p.p.	4,4 p.p.	11,4 p.p.
Amazon	11,3%	6,6%	12,2%	8,2%	6,1%	1,7%	37,8%	817	536	985	182	60	69	6	1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,7 p.p.	4,8 p.p.	15,7 p.p.
Ebay	26,2%	21,1%	19,4%	18,6%	12,3%	21,8%	37,1%	817	536	985	182	60	69	6	2,1 p.p.	2,6 p.p.	1,9 p.p.	4,1 p.p.	6,4 p.p.	7,8 p.p.	18,3 p.p.
Groupon	11,3%	3,9%	9,3%	2,0%	8,3%	0,5%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	3,8 p.p.	1,4 p.p.	13,7 p.p.
OLX	44,4%	40,9%	40,2%	43,7%	34,0%	17,6%	62,5%	817	536	985	182	60	69	6	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,1 p.p.	8,0 p.p.	21,1 p.p.
Wikipedia	28,2%	26,4%	34,7%	26,7%	18,7%	24,8%	74,8%	817	536	985	182	60	69	6	2,2 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	4,9 p.p.	8,0 p.p.	7,5 p.p.	21,3 p.p.
Sapo	27,4%	27,5%	31,9%	36,4%	23,5%	26,4%	77,5%	817	536	985	182	60	69	6	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	7,7 p.p.	7,6 p.p.	20,0 p.p.
Outro	1,0%	0,8%	1,3%	1,7%	2,2%	2,2%		817	536	985	182	60	69	6	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,4 p.p.	0,9 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.
Nenhum	1,4%	4,4%	3,2%	4,0%	4,5%	8,2%		817	536	985	182	60	69	6	0,5 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	2,3 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	
Motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																					
Google	88,5%	87,9%	91,9%	94,6%	93,9%	87,0%	61,7%	437	289	482	86	29	24	5	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	6,3 p.p.	7,8 p.p.	23,8 p.p.
Yahoo	0,4%		0,5%					437	289	482					0,5 p.p.	0,1 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
Bing	0,8%	0,1%	0,3%			7,8%		437	289	482			24		0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.			5,2 p.p.	
Ask															0,1 p.p.		0,2 p.p.				
Amazon	0,1%	1,4%	0,2%					437	289	482					0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,3 p.p.				
Ebay	3,2%	2,2%	3,8%			3,4%		437	289	482			24		1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,0 p.p.		5,7 p.p.	
Groupon	1,8%		0,2%					437	289	482					0,6 p.p.		0,3 p.p.				12,1 p.p.
OLX	3,7%	6,6%	2,6%	2,6%	2,0%			437	289	482	86	29			1,1 p.p.	1,8 p.p.	1,2 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.		
Wikipedia	0,3%	0,7%	0,1%	2,3%		1,8%		437	289	482	86		24		0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.	1,6 p.p.		2,2 p.p.	
Sapo	1,1%	1,0%	0,1%	0,5%	4,0%		38,3%	437	289	482	86	29		5	0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	2,1 p.p.	3,7 p.p.		22,0 p.p.
Outro		0,1%	0,5%						289	482					0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.			
No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet																					
Sim	43,8%	45,7%	44,3%	45,1%	36,7%	35,9%	54,4%	817	536	985	182	60	69	6	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,2 p.p.	8,4 p.p.	21,4 p.p.
Não	51,7%	51,5%	53,6%	50,3%	60,2%	63,1%	45,6%	817	536	985	182	60	69	6	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,3 p.p.	8,4 p.p.	21,4 p.p.
NS/NR	4,4%	2,9%	2,1%	4,7%	3,1%	0,9%		817	536	985	182	60	69	6	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	1,2 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP																					
Preço	28,1%	31,0%	36,2%	24,3%	61,9%	17,2%		342	218	416	84	27	36		3,5 p.p.	4,3 p.p.	3,3 p.p.	7,5 p.p.	12,8 p.p.	11,0 p.p.	33,7 p.p.
Qualidade do serviço	32,6%	29,0%	29,4%	40,8%	54,2%	35,1%		342	218	416	84	27	36		3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,1 p.p.	7,8 p.p.	12,8 p.p.	11,7 p.p.	34,5 p.p.
Funcionalidades do serviço	47,6%	48,8%	50,4%	38,8%	65,3%	68,1%		342	218	416	84	27	36		3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,1 p.p.	13,0 p.p.	12,3 p.p.	34,2 p.p.
Realização de chamadas em grupo	15,6%	12,9%	16,1%	13,7%		9,7%		342	218	416	84	27	36		2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,6 p.p.	5,4 p.p.	10,1 p.p.	9,5 p.p.	34,6 p.p.
Realização de videochamadas	26,4%	34,9%	33,0%	40,5%	50,2%			342	218	416	84	27	36		3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	7,6 p.p.	12,9 p.p.	12,4 p.p.	34,6 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas nec	54,2%	51,4%	60,0%	63,1%	71,0%	71,7%		342	218	416	84	27	36		3,9 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,1 p.p.	12,1 p.p.	10,8 p.p.	33,4 p.p.
Conselho de amigos	23,4%	17,7%	15,8%	28,0%	29,0%		100,0%	342	218	416	84	27	36	1	3,2 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	7,1 p.p.	11,4 p.p.	10,2 p.p.	12,6 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	38,4%	37,2%	39,5%	43,4%	54,1%	38,0%		342	218	416	84	27	36		3,8 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,0 p.p.	13,0 p.p.	12,3 p.p.	33,7 p.p.
Outros	0,9%	1,0%	1,7%	0,6%		1,5%		342	218	416	84	27	36		0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.		2,2 p.p.	
NS/NR	1,2%	2,1%	3,2%	3,1%		0,8%		342	218	416	84	27	36		0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.		1,6 p.p.	

Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas																					
Preço	31,1%	26,3%	34,4%	42,3%	42,9%	28,1%	44,6%	435	277	526	96	37	48	5	3,1 p.p.	4,0 p.p.	2,8 p.p.	7,1 p.p.	10,7 p.p.	9,8 p.p.	27,2 p.p.
Qualidade do serviço	35,3%	35,6%	33,3%	44,0%	29,0%	60,0%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	3,2 p.p.	4,1 p.p.	2,8 p.p.	7,2 p.p.	10,0 p.p.	11,3 p.p.	28,0 p.p.
Funcionalidades do serviço	56,6%	52,7%	52,1%	59,3%	49,9%	70,0%	10,6%	435	277	526	96	37	48	5	3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	25,4 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	27,2%	26,9%	29,6%	21,5%	36,9%	49,5%		435	277	526	96	37	48		3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	6,0 p.p.	10,7 p.p.	11,3 p.p.	24,1 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	24,4%	21,9%	28,4%	13,6%	27,8%	37,3%		435	277	526	96	37	48		2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.	5,3 p.p.	10,1 p.p.	10,5 p.p.	24,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	29,7%	29,3%	28,4%	33,7%	30,0%	26,7%		435	277	526	96	37	48		3,0 p.p.	4,1 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	9,6 p.p.	9,7 p.p.	24,1 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas nec	56,6%	54,6%	58,4%	64,1%	34,0%	66,8%	10,6%	435	277	526	96	37	48	5	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,4 p.p.	28,3 p.p.
Conselho de amigos	15,2%	20,6%	17,1%	19,1%	19,8%	10,9%		435	277	526	96	37	48		2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	7,9 p.p.	7,0 p.p.	12,5 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	46,5%	49,1%	47,7%	49,5%	40,8%	48,7%	55,4%	435	277	526	96	37	48	5	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	28,0 p.p.
Outros	1,0%	1,8%	0,2%	0,4%				435	277	526	96				0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.			4,2 p.p.
NS/NR	2,1%	2,7%	1,9%		1,8%	0,6%		435	277	526		37	48		1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.	2,1 p.p.	1,3 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual																					
Preço	22,7%	27,3%	23,9%	25,0%	8,9%	22,4%		413	286	522	99	30	39		2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	6,5 p.p.	9,7 p.p.	9,5 p.p.	29,1 p.p.
Qualidade do serviço	43,7%	50,7%	45,4%	59,0%	38,6%	47,2%		413	286	522	99	30	39		3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,4 p.p.	11,7 p.p.	28,8 p.p.
Funcionalidades do serviço	71,2%	73,3%	69,7%	61,0%	67,1%	78,7%	100,0%	413	286	522	99	30	39	2	3,0 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	9,8 p.p.	10,8 p.p.	28,4 p.p.
Conselho de amigos	16,6%	13,4%	16,4%	16,0%	19,6%	20,9%		413	286	522	99	30	39		2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	8,8 p.p.	7,7 p.p.	
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	1,1%	1,8%	1,6%	0,8%		0,7%		413	286	522	99		39		0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	
Outros	0,5%	3,1%	1,0%		4,2%			413	286	522		30			0,6 p.p.	1,2 p.p.	0,5 p.p.		2,9 p.p.		
NS/NR	4,6%	3,9%	6,6%	3,6%				413	286	522	99				1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	3,6 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de redes sociais																					
Qualidade do serviço	31,1%	25,7%	25,5%	31,1%	18,4%	22,1%	56,4%	434	284	479	77	25	23	2	3,0 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	9,8 p.p.	11,3 p.p.	33,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	60,5%	53,5%	56,0%	53,0%	39,5%	44,3%	56,4%	434	284	479	77	25	23	2	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	12,8 p.p.	34,6 p.p.
Conselho de amigos	29,3%	26,9%	27,1%	26,4%	58,1%	18,5%		434	284	479	77	25	23		2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	6,7 p.p.	11,6 p.p.	11,2 p.p.	15,9 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	67,4%	73,2%	63,1%	67,1%	48,8%	94,1%	100,0%	434	284	479	77	25	23	2	3,0 p.p.	3,5 p.p.	3,0 p.p.	7,4 p.p.	11,5 p.p.	10,2 p.p.	14,9 p.p.
Outros	1,2%	0,8%	3,4%	0,6%				434	284	479	77				0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.			3,2 p.p.
NS/NR	3,0%	2,1%	4,1%	3,6%				434	284	479	77				1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	2,9 p.p.	2,0 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros																					
Preço	30,3%	22,1%	29,9%	20,6%	23,8%	6,3%		319	197	401	66	19	28		3,4 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,8 p.p.	12,0 p.p.	11,8 p.p.	24,9 p.p.
Segurança da informação	34,5%	26,1%	30,9%	44,2%	9,8%	35,3%		319	197	401	66	19	28		3,6 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	8,8 p.p.	13,0 p.p.	13,7 p.p.	29,0 p.p.
Qualidade do serviço	50,3%	49,9%	43,5%	50,8%	8,4%	31,5%		319	197	401	66	19	28		3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,9 p.p.	11,9 p.p.	13,7 p.p.	27,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	65,3%	64,0%	49,3%	61,1%	35,2%	76,8%	16,1%	319	197	401	66	19	28	2	3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	13,1 p.p.	11,8 p.p.	29,4 p.p.
Partilha de ficheiros entre grupos de uti	33,5%	45,7%	37,7%	35,5%	36,0%	30,5%		319	197	401	66	19	28		3,6 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	11,8 p.p.	13,2 p.p.	30,6 p.p.
Utilização do serviço em qualquer dispo	38,4%	39,4%	42,2%	51,6%	11,5%	32,4%	100,0%	319	197	401	66	19	28	2	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	8,6 p.p.	13,3 p.p.	27,0 p.p.
Elevada capacidade de armazenamento	38,3%	39,9%	43,3%	45,5%	17,4%	41,5%		319	197	401	66	19	28		3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,6 p.p.	12,6 p.p.	13,5 p.p.	30,9 p.p.
Ausência de limitação de tamanho do fi	14,6%	8,6%	9,9%	7,1%	2,0%	1,0%		319	197	401	66	19	28		2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	9,3 p.p.	4,0 p.p.	26,7 p.p.
Conselho de amigos	15,4%	12,7%	13,2%	4,7%	14,9%	14,4%		319	197	401	66	19	28		2,6 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	5,4 p.p.	9,3 p.p.	9,2 p.p.	13,6 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	8,6%	9,4%	7,5%	11,2%				319	197	401	66				2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.	4,1 p.p.	5,0 p.p.	6,8 p.p.	
Outros	0,6%		0,8%					319		401					0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.				
NS/NR	1,0%	1,0%	2,3%	6,8%	26,9%	1,5%		319	197	401	66	19	28		0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	3,6 p.p.	7,5 p.p.	2,5 p.p.	
Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico																					
Qualidade do serviço	61,6%	62,8%	56,4%	66,9%	35,5%	72,0%	54,5%	437	289	482	86	29	24	5	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,6 p.p.	12,1 p.p.	27,0 p.p.
Funcionalidades do serviço	65,9%	62,1%	61,4%	65,0%	32,0%	55,8%	17,5%	437	289	482	86	29	24	5	3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,7 p.p.	12,1 p.p.	22,6 p.p.
Conselho de amigos	14,4%	12,2%	6,3%	9,7%	3,7%			437	289	482	86	29			2,2 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.	4,5 p.p.	4,4 p.p.	6,2 p.p.	
Ausência de limites para o tipo de inforr	30,2%	32,5%	30,5%	25,7%	13,8%	20,2%	38,3%	437	289	482	86	29	24	5	3,0 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	10,1 p.p.	11,6 p.p.	26,0 p.p.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	54,2%	53,7%	60,9%	58,6%	43,3%	58,0%	61,7%	437	289	482	86	29	24	5	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,6 p.p.	12,7 p.p.	25,5 p.p.
Diversas fontes de informação	43,4%	41,9%	40,8%	52,5%	63,0%	35,8%	9,2%	437	289	482	86	29	24	5	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	11,7 p.p.	12,3 p.p.	19,3 p.p.
Compras mais eficientes	4,2%	4,7%	4,3%	0,5%				437	289	482	86				1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.		4,9 p.p.	12,1 p.p.
Maior leque de escolha/ oferta	2,9%	4,9%	3,3%		3,4%			437	289	482		24			1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	
Preços reduzidos	5,2%	2,8%	4,2%	2,6%	1,7%			437	289	482	86				1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	5,3 p.p.	12,1 p.p.
Serviços personalizados	1,5%		0,3%					437		482					0,6 p.p.		0,5 p.p.		3,6 p.p.		
Comodidade do processo de compra	2,3%	4,6%	4,3%	0,5%				437	289	482	86				0,9 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.		4,9 p.p.	
Eliminação de distâncias física	1,2%	1,6%	3,2%		1,7%			437	289	482		24			0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.		2,2 p.p.	12,1 p.p.
Acesso 24 horas por dia	3,0%	2,2%	1,6%	2,1%				437	289	482	86				0,9 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.			12,1 p.p.
Outros	0,6%	0,8%	0,8%					437	289	482	86				0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.		3,7 p.p.	
NS/NR	1,2%	1,4%	1,8%		2,0%			437	289	482		29			0,6 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	
Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal																					
ChatOn	11,2%	7,6%	12,9%	14,5%	16,4%	8,4%		817	536	985	182	60	69		1,5 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	6,1 p.p.	5,4 p.p.	14,4 p.p.
Wasabee	6,6%	5,7%	4,2%	5,7%	3,1%	1,7%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	12,1 p.p.
Amazon Instant Vídeo	11,9%	12,8%	12,7%	15,9%	5,0%	9,3%	8,5%	817	536	985	182	60	69	6	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	3,5 p.p.	5,9 p.p.	6,3 p.p.	14,9 p.p.
BBC iplayer	9,4%	7,0%	8,2%	9,1%	9,5%	8,1%	31,2%	817	536	985	182	60	69	6	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	2,9 p.p.	5,4 p.p.	5,2 p.p.	18,6 p.p.
HBO Go	11,4%	10,0%	11,3%	13,3%	3,1%	5,7%		817	536	985	182	60	69		1,4 p.p.	1,8 p.p.	1,3 p.p.	3,1 p.p.	4,7 p.p.	5,0 p.p.	9,2 p.p.
Hulu	4,9%	4,6%	6,2%	4,1%	2,9%			817	536	985	182	60	69		1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	4,1 p.p.	3,6 p.p.	7,2 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal																					
ChatOn	35,8%	25,5%	31,5%	54,2%	23,4%	59,4%		91	42	118	26	7	8		7,0 p.p.	9,6 p.p.	6,4 p.p.	14,7 p.p.	23,5 p.p.	23,1 p.p.	37,5 p.p.
Wasabee	23,7%	35,4%	31,0%	41,4%			100,0%	50	25	46	9			1	9,3 p.p.	14,7 p.p.	9,3 p.p.	24,1 p.p.			44,8 p.p.
Amazon Instant Video	49,5%	41,6%	40,3%	51,0%	7,4%	22,1%		94	62	128	29	3	10		7,0 p.p.	9,1 p.p.	6,2 p.p.	14,7 p.p.	25,3 p.p.	21,4 p.p.	
BBC iplayer	33,6%	47,0%	48,9%	44,5%	48,6%	26,2%	100,0%	75	40	87	21	4	5	1	8,1 p.p.	10,5 p.p.	7,8 p.p.	17,7 p.p.	25,7 p.p.	31,0 p.p.	0,0 p.p.
HBO Go	45,4%	67,8%	58,8%	52,1%	100,0%	32,3%		97	57	136	24	3	7		7,5 p.p.	9,3 p.p.	6,4 p.p.	17,5 p.p.	28,2 p.p.	26,7 p.p.	0,0 p.p.
Hulu	37,3%	43,9%	53,3%	29,2%		42,1%		49	37	73	8		5		9,3 p.p.	10,4 p.p.	7,9 p.p.	27,1 p.p.	36,9 p.p.	21,4 p.p.	0,0 p.p.
Netflix	76,4%	76,3%	74,7%	74,0%	57,4%	57,5%	100,0%	363	230	500	60	17	23	2	3,2 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	8,3 p.p.	12,6 p.p.	14,0 p.p.	30,5 p.p.
Sky Go	53,8%	34,8%	37,2%	51,5%	33,5%	65,1%	100,0%	90	52	76	21	5	7	2	7,6 p.p.	9,7 p.p.	7,6 p.p.	15,6 p.p.	26,8 p.p.	20,4 p.p.	0,0 p.p.
Wuaki TV	28,9%	31,2%	15,0%			100,0%		19	11	10			1		16,1 p.p.	25,5 p.p.	17,4 p.p.	46,1 p.p.		43,7 p.p.	
Pandora	35,2%	43,8%	32,6%	25,0%	87,5%	11,2%	100,0%	140	70	130	23	3	11	1	5,6 p.p.	8,3 p.p.	6,0 p.p.	14,9 p.p.	25,3 p.p.	17,3 p.p.	39,6 p.p.
Vevo	51,2%	43,8%	44,8%	49,0%	19,6%	39,2%		279	178	359	56	12	22		4,2 p.p.	5,3 p.p.	3,8 p.p.	10,2 p.p.	13,5 p.p.	16,1 p.p.	39,1 p.p.
Uber	47,0%	36,4%	44,6%	37,0%	39,7%	52,3%		327	203	457	69	10	21		3,8 p.p.	5,0 p.p.	3,3 p.p.	9,3 p.p.	16,0 p.p.	15,7 p.p.	36,9 p.p.
Nenhum		26,2%	100,0%	100,0%					2	1	1										
Outro	15,3%	22,7%	22,1%	16,4%	29,0%	25,1%		552	352	720	120	27	42		2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	9,0 p.p.	9,0 p.p.	10,0 p.p.
Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	26,8%	34,8%	24,6%	21,3%	15,6%	21,6%	100,0%	342	218	416	84	27	36	1	3,6 p.p.	4,5 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	12,7 p.p.	11,4 p.p.	33,3 p.p.
Entre 1 a 15 min.	27,7%	31,6%	31,0%	33,6%	40,5%	20,1%		342	218	416	84	27	36		3,5 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,8 p.p.	11,1 p.p.	11,0 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	17,7%	15,7%	18,0%	11,0%	9,2%	35,0%		342	218	416	84	27	36		2,9 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	5,0 p.p.	7,9 p.p.	10,7 p.p.	32,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,7%	6,9%	9,5%	17,5%	19,8%	0,8%		342	218	416	84	27	36		2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,1 p.p.	5,5 p.p.	8,8 p.p.	2,8 p.p.	10,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	10,2%	6,3%	8,1%	8,9%	14,9%	16,3%		342	218	416	84	27	36		2,1 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	4,6 p.p.	8,2 p.p.	6,9 p.p.	31,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	4,5%	3,4%	6,1%	4,8%		4,8%		342	218	416	84	27	36		1,7 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	2,5 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,5%	1,3%	2,8%			1,5%		342	218	416	84	27	36		0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	2,2 p.p.		2,2 p.p.	
Média min.	37,5	28,4	45,1	37,2	27,6	42,1	0,0	342	218	416	84	27	36	1	5,8	6,7	7,3	20,0	10,3	20,5	38,7
Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	16,2%	12,5%	17,1%	20,0%	13,4%	16,0%	100,0%	342	218	416	84	27	36		2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	8,6 p.p.	7,4 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	33,2%	39,9%	29,6%	19,5%	46,5%	24,4%		342	218	416	84	27	36	1	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	6,7 p.p.	12,0 p.p.	11,8 p.p.	33,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	14,8%	17,6%	19,8%	18,7%	10,3%	22,1%		342	218	416	84	27	36		2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	9,8 p.p.	11,1 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	13,5%	14,8%	12,9%	14,0%	7,4%	19,8%		342	218	416	84	27	36		2,8 p.p.	3,8 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	8,3 p.p.	8,5 p.p.	32,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	14,9%	11,4%	12,0%	15,4%	18,5%	7,5%		342	218	416	84	27	36		2,7 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,3 p.p.	11,0 p.p.	6,2 p.p.	31,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,1%	3,1%	6,7%	12,5%	3,8%	10,1%		342	218	416	84	27	36		1,7 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,6 p.p.	4,9 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,3%	0,6%	1,8%					342	218	416	84	27	36		0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.		2,5 p.p.		
Média min.	44,7	33,9	46,9	52,0	34,0	43,8	8,0	342	218	416	84	27	36	1	5,9	5,5	6,5	12,3	16,1	17,5	33,6
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	23,3%	21,9%	26,5%	13,8%	15,4%	3,1%	100,0%	342	218	416	84	27	36	1	3,4 p.p.	3,9 p.p.	3,0 p.p.	6,5 p.p.	11,1 p.p.	8,1 p.p.	23,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	20,8%	32,7%	29,6%	31,8%	43,9%	44,3%		342	218	416	84	27	36		3,2 p.p.	4,4 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	11,7 p.p.	12,2 p.p.	29,3 p.p.
Entre 15 a 30 min.	17,8%	18,5%	13,9%	12,3%	11,0%	15,2%		342	218	416	84	27	36		2,9 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	4,5 p.p.	8,5 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	16,2%	8,8%	10,0%	12,4%	6,2%	19,8%		342	218	416	84	27	36		2,7 p.p.	3,5 p.p.	2,4 p.p.	5,5 p.p.	9,6 p.p.	8,0 p.p.	32,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	13,3%	13,3%	10,8%	19,4%	4,9%	7,6%		342	218	416	84	27	36		2,7 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	6,4 p.p.	5,1 p.p.	7,2 p.p.	32,0 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,0%	4,7%	6,1%	7,1%	18,7%	5,2%		342	218	416	84	27	36		1,8 p.p.	2,2 p.p.	1,6 p.p.	3,4 p.p.	9,2 p.p.	6,9 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	2,6%	0,2%	3,1%	3,3%	4,8%	4,8%		342	218	416	84	27	36		1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	3,2 p.p.		4,5 p.p.	
Média min.	50,6	33,4	48,3	60,2	52,4	58,0	0,0	342	218	416	84	27	36	1	7,3	6,4	8,0	23,5	23,1	30,0	33,8
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	19,1%	19,1%	20,9%	19,9%	13,2%	18,0%	100,0%	342	218	416	84	27	36		3,2 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	6,0 p.p.	9,7 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	28,0%	31,2%	28,1%	18,8%	40,0%	13,8%		342	218	416	84	27	36	1	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	12,5 p.p.	10,3 p.p.	32,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	14,5%	16,3%	13,9%	12,0%	12,6%	37,9%		342	218	416	84	27	36		3,0 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.	6,2 p.p.	7,9 p.p.	10,6 p.p.	18,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,6%	14,8%	12,7%	22,1%	11,9%	5,5%		342	218	416	84	27	36		2,8 p.p.	3,6 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	9,1 p.p.	8,8 p.p.	30,2 p.p.
Entre 1 a 2 horas	15,3%	14,1%	12,8%	11,1%	11,0%			342	218	416	84	27	36		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,4 p.p.	9,4 p.p.	3,2 p.p.	33,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,7%	4,3%	9,7%	16,0%	11,3%	20,1%		342	218	416	84	27	36		2,0 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	6,5 p.p.	9,9 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,8%	0,2%	1,9%	4,8%		4,8%		342	218	416	84	27	36		0,7 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.		4,4 p.p.	
Média min.	44,7	35,5	52,5	57,8	45,0	78,6	8,0	342	218	416	84	27	36	1	6,6	6,4	7,5	22,1	14,8	33,8	33,2
Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	9,1%	8,5%	9,8%	2,1%	26,8%	19,1%	15,3%	435	277	526	96	37	48	5	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	9,3 p.p.	6,9 p.p.	12,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	36,2%	36,5%	28,9%	39,7%	43,7%	24,3%	10,6%	435	277	526	96	37	48	5	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,5 p.p.	10,5 p.p.	14,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	18,3%	16,8%	24,1%	19,1%	11,4%	23,3%		435	277	526	96	37	48		2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	5,5 p.p.	8,9 p.p.	8,0 p.p.	27,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	13,3%	15,6%	12,8%	20,9%	2,0%	11,7%		435	277	526	96	37	48		2,3 p.p.	3,5 p.p.	2,0 p.p.	5,7 p.p.	6,0 p.p.	7,7 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	12,7%	8,8%	12,4%	5,9%	17,2%	37,1%		435	277	526	96	37	48	5	2,2 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.	9,0 p.p.	16,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,8%	9,5%	8,1%	5,2%	10,2%	1,3%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	1,8 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	3,2 p.p.	6,2 p.p.	7,7 p.p.	20,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,5%	4,2%	3,8%	3,1%		3,1%		435	277	526	96	37	48		1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	24,3 p.p.
Média min.	53,7	63,0	61,1	54,3	33,7	46,4	112,0	435	277	526	96	37	48	5	7,5	10,0	7,3	13,0	19,2	28,1	163,6
Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	7,8%	5,5%	9,2%	4,2%	15,8%	9,8%		435	277	526	96	37	48		1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	3,2 p.p.	7,0 p.p.	6,8 p.p.	11,8 p.p.
Entre 1 a 15																					

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	9,0%	8,3%	10,5%	9,5%	4,3%	9,1%	7,6%	435	277	526	96	37	48	5	2,2 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	4,1 p.p.	6,4 p.p.	7,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	28,4%	30,9%	30,1%	21,9%	50,7%	29,2%	7,7%	435	277	526	96	37	48	5	2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.	5,8 p.p.	10,7 p.p.	10,7 p.p.	20,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	19,2%	16,3%	15,4%	19,7%	17,3%	26,5%	10,6%	435	277	526	96	37	48	5	2,7 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	9,6 p.p.	8,1 p.p.	27,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,8%	12,4%	13,4%	21,3%	14,9%	14,2%		435	277	526	96	37	48		2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,0 p.p.	5,6 p.p.	7,5 p.p.	8,2 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	12,0%	14,1%	17,5%	16,9%	2,0%	10,9%		435	277	526	96	37	48		2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	4,7 p.p.	5,3 p.p.	8,0 p.p.	12,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,8%	11,7%	6,7%	6,6%	4,5%	6,3%	74,1%	435	277	526	96	37	48	5	2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,7 p.p.	4,4 p.p.	6,2 p.p.	8,0 p.p.	27,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,8%	6,3%	6,3%	4,0%	6,3%	3,7%		435	277	526	96	37	48		1,2 p.p.	2,0 p.p.	1,3 p.p.	2,5 p.p.	4,6 p.p.	4,0 p.p.	
Média min.	65,2	81,1	73,8	65,5	57,9	56,8	158,7	435	277	526	96	37	48	5	8,6	13,5	8,9	18,7	34,8	28,1	69,6
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	11,0%	8,7%	10,1%	14,8%	13,1%	12,8%		435	277	526	96	37	48		2,2 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	6,6 p.p.	7,9 p.p.	11,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	23,7%	25,3%	32,1%	18,4%	54,2%	18,3%	25,9%	435	277	526	96	37	48	5	2,8 p.p.	3,5 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	10,5 p.p.	10,0 p.p.	24,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	12,6%	21,0%	13,7%	18,3%	13,6%	17,0%		435	277	526	96	37	48		2,3 p.p.	3,4 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	7,3 p.p.	6,5 p.p.	24,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	19,7%	16,7%	13,6%	22,7%	8,1%	26,4%		435	277	526	96	37	48		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,1 p.p.	6,2 p.p.	7,8 p.p.	8,5 p.p.	7,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	18,1%	15,6%	14,3%	17,6%	4,9%	14,0%		435	277	526	96	37	48		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	11,4%	8,6%	11,4%	3,4%	5,3%	11,4%	74,1%	435	277	526	96	37	48	5	2,2 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	6,7 p.p.	8,3 p.p.	28,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,5%	4,2%	4,9%	0,8%	4,9%	0,8%		435	277	526	96	37	48		1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.		
Média min.	71,7	67,6	73,5	62,7	30,7	53,8	157,7	435	277	526	96	37	48	5	8,6	12,9	9,9	20,2	19,9	21,7	73,4
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	17,3%	21,7%	19,6%	18,6%	10,3%	18,6%		413	286	522	99	30	39		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	6,8 p.p.	9,9 p.p.	7,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	27,2%	34,6%	30,8%	39,4%	56,0%	18,3%	22,7%	413	286	522	99	30	39	2	2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	10,5 p.p.	10,0 p.p.	28,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	19,2%	17,9%	19,1%	20,9%	24,0%	24,0%		413	286	522	99	30	39		2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	8,9 p.p.	10,0 p.p.	8,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	14,0%	12,1%	18,1%	22,1%	7,4%	12,4%		413	286	522	99	30	39		2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	6,5 p.p.	7,2 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	15,4%	9,5%	4,6%	5,1%	2,4%	5,6%	77,3%	413	286	522	99	30	39	2	2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	7,1 p.p.	7,0 p.p.	28,8 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,2%	4,0%	6,9%	2,6%				413	286	522	99				1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,9 p.p.	8,9 p.p.	5,6 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,7%	0,1%	0,9%	2,8%				413	286	522	99				0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	
Média min.	43,3	29,8	38,0	41,0	15,3	19,2	71,4	413	286	522	99	30	39	2	5,1	6,3	5,4	17,6	29,4	37,2	34,8
Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	8,4%	9,5%	11,5%	12,4%	8,7%	12,4%		413	286	522	99	30	39		1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	3,8 p.p.	6,1 p.p.	6,0 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	25,3%	32,4%	29,3%	25,1%	36,0%	25,9%		413	286	522	99	30	39		2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	6,4 p.p.	9,7 p.p.	9,0 p.p.	26,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	20,8%	17,3%	18,8%	18,9%	15,2%	28,4%	22,7%	413	286	522	99	30	39	2	2,8 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	8,0 p.p.	10,8 p.p.	13,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	19,2%	24,8%	17,7%	13,2%	27,7%	25,0%		413	286	522	99	30	39		2,6 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	9,0 p.p.	9,8 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	18,0%	10,8%	17,1%	20,1%	9,7%	1,9%	77,3%	413	286	522	99	30	39	2	2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	6,6 p.p.	6,5 p.p.	28,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,6%	5,0%	5,4%	8,5%	2,7%	6,5%		413	286	522	99	30	39		1,6 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	4,4 p.p.	10,2 p.p.	7,8 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,8%	0,1%	0,2%	1,8%				413	286	522	99				0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,4 p.p.	1,4 p.p.			
Média min.	51,4	38,5	42,5	57,4	33,3	35,1	74,7	413	286	522	99	30	39	2	6,3	7,0	5,0	13,8	28,7	20,4	35,0
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	9,3%	16,7%	18,1%	15,8%	7,9%	6,4%		413	286	522	99	30	39		2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	7,3 p.p.	7,6 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	25,3%	28,6%	25,2%	21,7%	33,0%	48,1%		413	286	522	99	30	39		2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	9,3 p.p.	10,4 p.p.	26,2 p.p.
Entre 15 a 30 min.	21,5%	17,7%	19,6%	18,1%	18,7%	26,3%	22,7%	413	286	522	99	30	39	2	2,8 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	8,2 p.p.	10,1 p.p.	13,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	12,1%	18,6%	17,0%	16,4%	8,5%	4,1%		413	286	522	99	30	39		2,5 p.p.	3,1 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	7,6 p.p.	6,5 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	17,3%	10,2%	11,5%	14,0%	30,5%	11,2%		413	286	522	99	30	39		2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	9,0 p.p.	8,4 p.p.	28,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,7%	6,8%	8,3%	10,7%	1,5%	3,8%	77,3%	413	286	522	99	30	39	2	1,9 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	4,6 p.p.	9,4 p.p.	7,6 p.p.	25,8 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,8%	1,5%	0,3%	3,2%				413	286	522	99				1,0 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.	3,0 p.p.	1,0 p.p.	2,1 p.p.	
Média min.	63,9	45,7	43,5	64,9	41,1	29,8	167,5	413	286	522	99	30	39	2	7,9	10,4	7,3	22,4	28,6	22,1	58,3
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	11,3%	15,9%	14,9%	14,8%	19,3%	12,4%		413	286	522	99	30	39		2,2 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,3 p.p.	8,3 p.p.	7,2 p.p.	13,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	23,0%	27,1%	23,6%	16,8%	28,4%	26,0%	22,7%	413	286	522	99	30	39	2	2,7 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	5,6 p.p.	8,4 p.p.	9,4 p.p.	26,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	16,8%	16,6%	17,3%	12,8%	6,7%	28,3%		413	286	522	99	30	39		2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,1 p.p.	7,7 p.p.	10,2 p.p.	7,9 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,7%	16,5%	19,3%	21,4%	11,0%	22,1%		413	286	522	99	30	39		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	8,0 p.p.	8,9 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	15,6%	17,4%	15,0%	19,7%	15,4%	4,7%		413	286	522	99	30	39		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	8,2 p.p.	8,9 p.p.	28,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	13,2%	4,6%	8,8%	12,3%	19,2%	3,5%	77,3%	413	286	522	99	30	39	2	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	5,0 p.p.	10,0 p.p.	6,1 p.p.	25,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,5%	1,8%	1,1%	2,3%		3,0%		413	286	522	99				1,1 p.p.	1,3 p.p.	0,7 p.p.	2,2 p.p.	1,0 p.p.	2,8 p.p.	
Média min.	67,9	47,7	52,4	69,0	62,9	45,5	164,2	413	286	522	99	30	39	2	9,0	10,0	6,7	18,0	28,9	21,2	56,3
Tempo médio dedicado à utilização de redes sociais																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	11,6%	12,3%	8,1%	9,3%	17,9%	29,1%		434	284	479	77	25	23		1,9 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	8,3 p.p.	10,8 p.p.	13,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	18,9%	21,2%	21,4%	21,8%	39,8%	15,4%		434	284	479	77	25	23		2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,5 p.p.	6,0 p.p.	10,6 p.p.	9,9 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	22,7%	16,6%	21,8%	12,3%	5,4%	22,8%		434	284	479	77	25	23		2,6 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	5,5 p.p.	7,0 p.p.	10,8 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	20,1%	20,2%	5,1%	22,3%	14,9%		434	284	479	77	25	23		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,4 p.p.	4,0 p.p.	9,8 p.p.	9,0 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	13,8%	17,4%	14,9%	32,2%	8,9%	15,4%	100,0%	434	284	479	77	25	23	2	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	6,2 p.p.	7,8 p.p.	9,5 p.p.	25,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	10,4%	10,5%	9,4%	8,1%	3,9%			434	284	479	77	25	23		2,0 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.	5,2 p.p.	8,4 p.p.	2,4 p.p.	18,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,8%	1,8%	4,2%	11,2%	1,7%	2,3%		434	284												

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	12,1%	6,6%	6,6%	8,1%	3,9%	22,5%		434	284	479	77	25	23		2,0 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	5,8 p.p.	11,0 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	17,4%	19,5%	18,7%	17,3%	42,3%	17,5%	56,4%	434	284	479	77	25	23	2	2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,5 p.p.	10,6 p.p.	9,0 p.p.	34,6 p.p.
Entre 15 a 30 min.	15,9%	21,8%	22,1%	10,9%	27,0%	19,4%		434	284	479	77	25	23		2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,5 p.p.	5,3 p.p.	9,5 p.p.	10,2 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	18,4%	18,1%	17,7%	10,8%	9,7%	23,1%	43,6%	434	284	479	77	25	23	2	2,5 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,4 p.p.	8,7 p.p.	10,3 p.p.	31,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	18,3%	18,7%	18,3%	19,9%	12,1%	2,1%		434	284	479	77	25	23		2,5 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	5,9 p.p.	8,8 p.p.	7,7 p.p.	21,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	13,6%	11,9%	10,5%	23,9%	5,0%	15,4%		434	284	479	77	25	23		2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	6,6 p.p.	7,7 p.p.	7,8 p.p.	17,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,4%	3,4%	6,0%	9,0%				434	284	479	77				1,4 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,3 p.p.	14,9 p.p.
Média min.	80,5	73,5	83,5	122,9	35,2	50,5	24,1	434	284	479	77	25	23	2	10,7	12,7	10,0	25,7	32,3	24,8	69,0
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	7,7%	7,2%	5,0%	4,7%	54,2%	10,8%	43,6%	434	284	479	77	25	23	2	1,7 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,6 p.p.	10,8 p.p.	7,2 p.p.	31,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	20,3%	14,4%	18,1%	14,8%	11,4%	19,2%		434	284	479	77	25	23		2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,0 p.p.	7,3 p.p.	11,2 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	14,6%	19,1%	19,6%	14,2%	8,6%	12,7%		434	284	479	77	25	23		2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,3 p.p.	5,3 p.p.	6,5 p.p.	10,0 p.p.	13,2 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,9%	17,5%	16,0%	16,3%	5,7%	31,7%		434	284	479	77	25	23		2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	9,0 p.p.	10,3 p.p.	21,2 p.p.
Entre 1 a 2 horas	22,0%	26,7%	22,8%	14,4%	14,4%			434	284	479	77	25	23		2,6 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	6,1 p.p.	9,8 p.p.	9,5 p.p.	22,7 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,1%	12,2%	14,6%	23,1%	5,6%	13,2%	56,4%	434	284	479	77	25	23	2	2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	6,5 p.p.	8,1 p.p.	7,8 p.p.	34,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	5,5%	2,9%	3,8%	11,1%				434	284	479	77				1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.	2,4 p.p.	
Média min.	86,1	78,0	83,9	131,2	30,2	57,5	118,4	434	284	479	77	25	23	2	13,1	12,0	9,2	26,9	31,0	22,6	105,8
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	20,1%	22,1%	12,8%	7,6%	11,6%	14,0%		319	197	401	66	19	28		3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	10,0 p.p.	9,5 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	49,7%	38,0%	47,7%	40,4%	48,0%	36,1%		319	197	401	66	19	28		3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,8 p.p.	11,9 p.p.	13,6 p.p.	31,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	13,5%	20,2%	19,6%	25,2%	32,0%	16,0%	16,1%	319	197	401	66	19	28	2	2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	7,8 p.p.	11,2 p.p.	10,3 p.p.	15,0 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,4%	10,2%	11,4%	13,1%	2,0%	27,0%		319	197	401	66	19	28		2,0 p.p.	2,9 p.p.	2,1 p.p.	5,3 p.p.	3,3 p.p.	10,5 p.p.	27,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	5,7%	17,5%	16,0%	16,3%	5,7%	31,7%		319	197	401	66	19	28	2	2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	4,5 p.p.	11,9 p.p.	5,7 p.p.	22,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	1,7%	1,3%	2,4%	4,1%	3,1%	1,1%		319	197	401	66	19	28		1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	1,8%	2,1%	0,6%	0,5%				319	197	401	66				0,8 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	3,5 p.p.	12,7 p.p.	
Média min.	28,3	31,3	26,2	33,9	21,5	26,1	79,1	319	197	401	66	19	28	2	6,4	7,8	4,6	7,6	17,2	17,7	51,4
Dias úteis das 19 às 7 horas:																					
Não acede	18,5%	20,6%	20,8%	14,1%	38,6%	26,1%		319	197	401	66	19	28		2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.	11,0 p.p.	11,2 p.p.	12,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	48,5%	39,9%	43,0%	34,9%	39,0%	35,0%		319	197	401	66	19	28		3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,7 p.p.	11,5 p.p.	13,2 p.p.	30,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	13,2%	16,1%	16,1%	16,1%	16,0%	17,2%		319	197	401	66	19	28		2,8 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	7,6 p.p.	11,1 p.p.	8,6 p.p.	
Entre 30 min. a 1 hora	11,6%	10,8%	12,7%	8,9%	2,0%	20,2%	16,1%	319	197	401	66	19	28	2	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	2,1 p.p.	12,3 p.p.	8,4 p.p.
Entre 1 a 2 horas	5,9%	8,0%	6,4%	1,3%			83,9%	319	197	401	66	19	28		1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	7,3 p.p.	3,2 p.p.	29,8 p.p.
Entre 2 a 5 horas	1,6%	3,1%	0,2%	1,3%	1,5%			319	197	401	66	19	28		1,0 p.p.	1,5 p.p.	0,6 p.p.		10,5 p.p.	2,5 p.p.	
Entre 5 a 12 horas	0,7%	1,5%	0,8%	0,5%	1,9%			319	197	401	66	19	28		0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	3,5 p.p.	12,7 p.p.
Média min.	24,2	33,1	23,0	24,9	21,0	18,9	82,8	319	197	401	66	19	28	2	4,4	8,4	4,8	5,1	43,0	17,8	55,0
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																					
Não acede	26,1%	36,7%	23,1%	9,3%	7,6%	18,4%		319	197	401	66	19	28		3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,0 p.p.	10,6 p.p.	10,4 p.p.	12,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	45,1%	30,5%	41,4%	40,6%	75,0%	39,0%		319	197	401	66	19	28		3,6 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,5 p.p.	12,5 p.p.	13,2 p.p.	28,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	13,3%	11,5%	18,5%	26,0%	12,3%	21,8%	16,1%	319	197	401	66	19	28	2	2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	7,4 p.p.	9,6 p.p.	11,7 p.p.	30,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,6%	10,0%	8,6%	13,1%	2,0%	6,8%		319	197	401	66	19	28		1,9 p.p.	2,6 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	6,4 p.p.	8,3 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	4,2%	9,4%	6,6%	10,0%	1,3%	14,0%		319	197	401	66	19	28		1,9 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	4,2 p.p.	7,0 p.p.	7,9 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	2,1%	1,8%	0,8%	0,5%			83,9%	319	197	401	66	19	28	2	1,2 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	9,7 p.p.	3,5 p.p.	22,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,7%	0,9%	0,5%	1,9%				319	197	401	66	19	28		0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	3,5 p.p.	12,7 p.p.
Média min.	26,8	21,8	23,8	27,3	20,3	23,7	179,8	319	197	401	66	19	28	2	6,8	4,8	3,9	5,7	42,8	19,8	65,7
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																					
Não acede	25,7%	32,1%	25,9%	23,1%	56,4%	31,2%		319	197	401	66	19	28		3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,6 p.p.	12,3 p.p.	12,3 p.p.	12,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	42,7%	30,7%	37,2%	33,0%	22,4%	32,3%		319	197	401	66	19	28		3,7 p.p.	4,6 p.p.	3,3 p.p.	8,3 p.p.	8,8 p.p.	12,8 p.p.	28,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	12,5%	14,8%	15,5%	19,1%	12,3%	9,4%	16,1%	319	197	401	66	19	28	2	2,6 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	7,2 p.p.	11,0 p.p.	6,9 p.p.	26,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,6%	12,8%	11,1%	6,0%	3,7%	24,5%		319	197	401	66	19	28		2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,3 p.p.	5,8 p.p.	7,4 p.p.	12,2 p.p.	24,9 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,2%	4,7%	7,4%	14,9%	3,3%			319	197	401	66	19	28		1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.	4,8 p.p.	5,7 p.p.	4,7 p.p.	
Entre 2 a 5 horas	2,9%	4,4%	2,3%	3,4%	2,6%	83,9%		319	197	401	66	19	28	2	1,3 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,2 p.p.	10,4 p.p.	3,3 p.p.	22,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,3%	0,5%	0,6%	0,5%	1,9%			319	197	401	66	19	28		0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	3,5 p.p.	12,7 p.p.
Média min.	33,3	27,7	25,7	32,6	18,7	21,2	179,8	319	197	401	66	19	28	2	7,1	6,5	3,9	8,2	43,3	18,1	64,8
Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico																					
Dias úteis das 7 às 19 horas:																					
Não acede	6,7%	12,6%	9,5%	4,2%	24,1%	15,1%	7,8%	437	289	482	86	29	24	5	1,7 p.p.	2,3 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.	18,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	26,3%	24,1%	25,4%	32,0%	20,5%	8,0%		437	289	482	86	29	24		2,6 p.p.	3,4 p.p.	2,5 p.p.	6,5 p.p.	9,4 p.p.	9,1 p.p.	
Entre 15 a 30 min.	22,4%	22,9%	23,7%	21,7%	10,8%	38,0%	9,2%	437	289	482	86	29	24	5	2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	7,0 p.p.	9,4 p.p.	11,7 p.p.	18,0 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,8%	13,9%	18,0%	11,1%	16,0%	18,6%		437	289	482	86	29	24		2,6 p.p.	3,1 p.p.	2,4 p.p.	5,1 p.p.	8,3 p.p.	10,9 p.p.	
Entre 1 a 2 horas	14,2%	18,8%	12,7%	19,6%	24,8%	20,3%	8,4%	437	289	482	86	29	24	5	2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,2 p.p.	6,1 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.	17,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,6%	6,4%	6,9%	4,4%	74,6%			437	289	482	86	29	24	5	2,0 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.	5,9 p.p.	26,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,8%	1,4%	3,8%	2,8%	1,6%																

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:																							
Não acede	6,8%	10,3%	10,1%	9,1%	9,0%	15,1%			437	289	482	86	29	24			1,7 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	4,8 p.p.	5,3 p.p.	10,5 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	21,9%	27,0%	26,0%	13,7%	39,4%	18,9%	7,8%		437	289	482	86	29	24	5		2,5 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.	5,9 p.p.	10,8 p.p.	9,3 p.p.	16,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	27,8%	25,4%	23,5%	23,8%	30,1%	32,6%	9,2%		437	289	482	86	29	24	5		2,8 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	20,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,0%	14,6%	14,8%	22,2%	8,8%	11,2%	38,3%		437	289	482	86	29	24	5		2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	8,8 p.p.	8,8 p.p.	23,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,1%	14,0%	14,1%	17,5%	6,9%	11,3%	8,4%		437	289	482	86	29	24	5		2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	9,5 p.p.	10,0 p.p.	24,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	4,7%	8,1%	8,3%	6,8%	5,7%	10,9%	36,3%		437	289	482	86	29	24	5		1,6 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.	4,5 p.p.	4,7 p.p.	7,1 p.p.	22,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,7%	0,6%	3,1%	7,0%					437	289	482	86					1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	3,2 p.p.			1,0 p.p.
Média min.	61,1	47,0	60,2	81,9	32,2	46,9	103,7		437	289	482	86	29	24	5		9,0	8,3	9,9	21,9	13,1	17,6	55,0
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:																							
Não acede	9,4%	12,2%	11,3%	11,5%	25,2%	1,6%			437	289	482	86	29	24			1,8 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	5,0 p.p.	8,5 p.p.	2,1 p.p.	
Entre 1 a 15 min.	25,8%	23,4%	22,9%	17,0%	41,7%	17,1%	44,2%		437	289	482	86	29	24	5		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	10,8 p.p.	10,0 p.p.	25,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	22,8%	23,2%	21,7%	15,1%	13,2%	41,6%	9,2%		437	289	482	86	29	24	5		2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.	6,1 p.p.	5,9 p.p.	11,5 p.p.	17,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,5%	17,2%	17,2%	20,9%	4,3%	3,5%	8,4%		437	289	482	86	29	24	5		2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	5,8 p.p.	9,7 p.p.	15,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	17,5%	14,9%	14,1%	18,3%	13,9%	19,3%			437	289	482	86	29	24			2,6 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	11,4 p.p.	11,1 p.p.	22,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,8%	7,6%	10,4%	10,4%	0,8%	16,8%	38,3%		437	289	482	86	29	24	5		1,8 p.p.	2,6 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	2,6 p.p.	7,3 p.p.	22,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,3%	1,5%	2,4%	0,8%					437	289	482	86	29				1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	3,9 p.p.			1,8 p.p.
Média min.	58,7	51,8	61,4	86,8	26,7	65,0	89,8		437	289	482	86	29	24	5		10,0	10,4	8,8	29,0	15,5	18,5	64,4
Serviços VoIP pagos e gratuitos																							
SKYPE - pago	5,8%	2,1%	4,6%	5,4%	13,6%				217	154	266	57	18				2,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,7 p.p.	6,9 p.p.		11,2 p.p.
SKYPE - gratuito	90,8%	94,5%	94,4%	91,6%	86,4%	100,0%	100,0%		217	154	266	57	18	19	1		2,5 p.p.	2,8 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	7,6 p.p.	5,4 p.p.	11,2 p.p.
SKYPE - NS/NR	3,4%	3,4%	1,0%	3,1%					217	154	266	57					1,3 p.p.	2,4 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	5,4 p.p.	
SKYPEOUT - pago	50,1%		8,8%	70,5%					18		15	3					23,1 p.p.		14,3 p.p.	51,6 p.p.			
SKYPEOUT - gratuito	47,4%	100,0%	66,0%						18	3	15						23,1 p.p.	0,0 p.p.	24,0 p.p.				
SKYPEOUT - NS/NR	2,5%		25,2%	29,5%					18		15	3					7,2 p.p.		22,0 p.p.	51,6 p.p.			
FACETIME - pago	10,7%	12,5%	2,1%						53	28	62						6,1 p.p.	6,1 p.p.	2,6 p.p.				0,0 p.p.
FACETIME - gratuito	81,9%	66,1%	91,7%	85,5%		69,4%			53	28	62	9		3			7,6 p.p.	11,2 p.p.	5,8 p.p.	15,4 p.p.	0,0 p.p.	15,4 p.p.	
FACETIME - NS/NR	7,4%	21,4%	6,3%	14,5%		30,6%			53	28	62	9		3			5,0 p.p.	10,1 p.p.	5,3 p.p.	15,4 p.p.		15,4 p.p.	
VIBER - pago	3,1%	4,5%	11,5%						97	49	20						2,6 p.p.	3,6 p.p.	1,2 p.p.	8,7 p.p.			
VIBER - gratuito	89,7%	95,5%	97,4%	67,4%	100,0%	79,0%			97	49	121	20	8	7			4,1 p.p.	5,4 p.p.	2,9 p.p.	15,9 p.p.	0,0 p.p.	15,8 p.p.	0,0 p.p.
VIBER - NS/NR	7,2%		2,6%	21,0%		21,0%			97		121	20		7			3,3 p.p.	4,2 p.p.	2,6 p.p.	14,4 p.p.		15,8 p.p.	
WHATSAPP - pago	5,9%	5,2%	4,0%	1,4%	33,5%				146	75	220	36	8				3,4 p.p.	5,4 p.p.	2,4 p.p.	3,4 p.p.	24,4 p.p.	8,9 p.p.	
WHATSAPP - gratuito	86,6%	91,2%	93,1%	95,6%	66,5%	82,2%			146	75	220	36	8	17			5,0 p.p.	6,3 p.p.	3,0 p.p.	10,1 p.p.	30,9 p.p.	18,8 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR	7,5%	3,6%	2,9%	3,0%		17,8%			146	75	220	36		17			3,9 p.p.	3,6 p.p.	2,0 p.p.	9,6 p.p.	29,4 p.p.	17,4 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,1%	1,7%	1,7%						230	147	265						1,7 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.			3,3 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	92,6%	94,8%	97,0%	94,6%	100,0%	100,0%			230	147	265	55	17	24			2,4 p.p.	3,2 p.p.	1,9 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.	4,8 p.p.	0,0 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	5,2%	3,5%	1,2%	5,4%					230	147	265	55					1,6 p.p.	2,9 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.	3,5 p.p.	
HANGOUTS - pago	11,5%	1,3%	0,4%						57	23	76						5,3 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.				0,0 p.p.
HANGOUTS - gratuito	71,2%	80,7%	99,6%	69,2%	100,0%	100,0%			57	23	76	11	3	6			7,9 p.p.	11,5 p.p.	3,9 p.p.	21,2 p.p.	0,0 p.p.	13,9 p.p.	
HANGOUTS - NS/NR	17,3%	18,0%		30,8%					57	23		11					6,5 p.p.	11,4 p.p.	2,9 p.p.	21,2 p.p.		13,9 p.p.	
WECHAT - pago	51,4%	20,6%	7,7%						14	3	6						17,0 p.p.	11,5 p.p.	6,0 p.p.				0,0 p.p.
WECHAT - gratuito	45,1%	79,4%	77,6%		100,0%				14	3	6						18,6 p.p.	30,0 p.p.	17,9 p.p.	39,4 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
WECHAT - NS/NR	3,6%	14,7%	14,7%	100,0%					14		6	1					13,1 p.p.	29,0 p.p.	17,2 p.p.	39,4 p.p.			
QQ - pago	57,6%	34,1%	11,8%						9	2	4						22,5 p.p.	12,4 p.p.	8,9 p.p.				
QQ - gratuito	35,7%		65,7%						9		4						23,0 p.p.	33,5 p.p.	23,3 p.p.			0,0 p.p.	0,0 p.p.
QQ - NS/NR	6,7%	65,9%	22,5%						9	2	4						7,1 p.p.	32,8 p.p.	22,1 p.p.		0,0 p.p.		0,0 p.p.
LINE - pago	31,5%	34,1%	5,3%						12	2	6						19,0 p.p.	21,4 p.p.	5,6 p.p.				0,0 p.p.
LINE - gratuito	51,0%	65,9%	84,5%			100,0%			12	2	6			2			21,2 p.p.	26,2 p.p.	20,6 p.p.			41,8 p.p.	
LINE - NS/NR	17,5%		10,1%						12		6						13,6 p.p.	18,1 p.p.	20,2 p.p.	0,0 p.p.		41,8 p.p.	
TANGO - pago	39,9%		3,7%						12		9						27,7 p.p.		12,3 p.p.				
TANGO - gratuito	33,1%	34,1%	83,6%						12	2	9						26,6 p.p.	65,7 p.p.	24,2 p.p.				
TANGO - NS/NR	27,0%	65,9%	12,7%						12	2	9						25,1 p.p.	65,7 p.p.	21,7 p.p.				
OUTRO - pago	15,6%	75,8%	15,1%	33,6%					4	4	6	5					29,2 p.p.	33,1 p.p.	16,8 p.p.	26,8 p.p.			
OUTRO - gratuito	42,6%	24,2%	84,9%	66,4%					4	4	6	5					29,0 p.p.	33,1 p.p.	16,8 p.p.	26,8 p.p.			
OUTRO - NS/NR	41,8%								4								22,6 p.p.						
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado																							
Sim	8,0%	6,7%	6,6%	8,3%	1,4%	3,8%			316	209	395	74	26	34			2,0 p.p.	2,3 p.p.	1,6 p.p.	5,0 p.p.	2,0 p.p.	8,7 p.p.	
Não	69,7%	75,4%	72,0%	71,2%	69,6%	70,7%	100,0%		316	209	395	74	26	34	1		3,7 p.p.	4,4 p.p.	3,3 p.p.	7,2 p.p.	11,8 p.p.	12,2 p.p.	31,6 p.p.
NS/NR	22,3%	17,8%	21,5%	20,4%	29,0%	25,5%			316	209	395	74	26	34			3,4 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	5,9 p.p.	11,7 p.p.	10,5 p.p.	31,6 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado																							
média	16,4	5,7	5,2	16,5		1,0			24	12	26	5		1			9,5	2,0	2,1	7,0	0,0	3,0	0,0

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos																					
WHATSAPP - pago	6,9%	2,0%	2,5%	1,2%	11,7%			186	114	313	48	13			3,4 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	3,0 p.p.	15,9 p.p.		
WHATSAPP - gratuito	86,7%	91,5%	96,1%	92,6%	88,3%	96,6%		186	114	313	48	13	23		4,5 p.p.	4,9 p.p.	2,2 p.p.	7,4 p.p.	15,9 p.p.	6,5 p.p.	0,0 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	6,3%	6,5%	1,4%	6,2%		3,4%		186	114	313	48		23		3,2 p.p.	4,2 p.p.	1,2 p.p.	6,8 p.p.		6,5 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - pago	1,5%	1,1%	1,8%	6,3%	2,2%	2,7%		378	239	431	81	29	38		1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	22,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	93,1%	94,3%	96,0%	89,4%	97,8%	97,3%	100,0%	378	239	431	81	29	38	5	1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.	4,6 p.p.	2,5 p.p.	4,1 p.p.	22,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	5,5%	4,6%	2,2%	4,4%				378	239	431	81				1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.		3,0 p.p.	
SKYPE - pago	5,1%	1,9%	3,4%	7,2%	17,7%			151	121	199	44	14			2,0 p.p.	1,1 p.p.	2,1 p.p.	4,2 p.p.		9,6 p.p.	
SKYPE - gratuito	89,3%	96,5%	95,3%	90,9%	82,3%	100,0%	100,0%	151	121	199	44	14	18	2	2,8 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	5,2 p.p.	9,6 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
SKYPE - NS/NR	5,6%	1,7%	1,3%	1,9%				151	121	199	44				2,0 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,3 p.p.			
VIBER - pago	3,3%	4,5%	2,8%					79	42	100					2,5 p.p.	4,2 p.p.	2,7 p.p.				
VIBER - gratuito	93,8%	93,0%	94,9%	81,2%	100,0%	100,0%		79	42	100	15	6	6		5,1 p.p.	5,2 p.p.	4,7 p.p.	14,8 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
VIBER - NS/NR	2,9%	2,6%	2,3%	18,8%				79	42	100	15				4,6 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	14,8 p.p.			
HANGOUTS - pago	5,2%	2,0%		3,8%				63	32		14				4,0 p.p.	3,3 p.p.		6,5 p.p.			
HANGOUTS - gratuito	91,3%	92,9%	98,4%	77,8%	100,0%	100,0%		63	32	100	14	1	2		4,5 p.p.	4,7 p.p.	3,2 p.p.	15,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	3,5%	5,1%	1,6%	18,4%				63	32	100	14				2,2 p.p.	3,4 p.p.	3,2 p.p.	14,1 p.p.			
WECHAT - pago	74,5%							4							25,4 p.p.						
WECHAT - gratuito	25,5%		100,0%					4		6					33,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	52,4 p.p.	0,0 p.p.		
WECHAT - NS/NR															28,4 p.p.			52,4 p.p.			
LINE - pago	39,8%							5													
LINE - gratuito	60,2%	100,0%	100,0%					5	1	3											
LINE - NS/NR																					
QQ - pago	100,0%							2													
QQ - gratuito																					
QQ - NS/NR																					
TANGO - pago	48,9%							4													
TANGO - gratuito	51,1%		100,0%	100,0%				4		2	2										
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - pago	44,4%							6													
OUTRO - gratuito	55,6%	100,0%	87,7%	100,0%		100,0%		6	5	6	2		1		23,1 p.p.						
OUTRO - NS/NR			12,3%							6					23,1 p.p.	0,0 p.p.	18,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Sim	4,3%	6,0%	7,2%	3,4%	1,8%	11,4%	37,1%	413	264	503	88	34	46	5	1,4 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.	2,9 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	18,6 p.p.
Não	72,8%	76,0%	70,1%	78,0%	68,8%	45,7%	52,4%	413	264	503	88	34	46	5	3,1 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	6,1 p.p.	10,1 p.p.	11,7 p.p.	28,7 p.p.
NS/NR	23,0%	18,0%	22,7%	18,7%	29,4%	42,8%	10,6%	413	264	503	88	34	46	5	2,9 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.	5,7 p.p.	9,9 p.p.	11,2 p.p.	26,3 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
média	18,8	6,6	3,9	7,8	3,0	1,5	5,0	22	12	27	6	2	5	1	9,5	1,9	1,0	5,2	0,0	1,6	0,0

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Serviços de audiovisual pagos e gratuitos

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
YOUTUBE - pago	1,6%	3,3%	1,5%			5,6%		401	276	499			39		0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,6 p.p.		1,9 p.p.	4,0 p.p.	8,3 p.p.
YOUTUBE - gratuito	96,9%	93,4%	97,6%	94,7%	100,0%	89,8%	100,0%	401	276	499	96	28	39	2	1,2 p.p.	1,7 p.p.	0,9 p.p.	3,3 p.p.	1,9 p.p.	5,2 p.p.	8,3 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	1,5%	3,3%	0,9%	5,3%		4,5%		401	276	499	96		39		0,9 p.p.	1,4 p.p.	0,7 p.p.	3,3 p.p.		3,6 p.p.	
SPOTIFY - pago	13,7%	10,4%	12,3%	13,3%	23,9%			93	65	137	17	7			3,9 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	13,0 p.p.	9,9 p.p.	25,7 p.p.	
SPOTIFY - gratuito	82,3%	89,6%	86,9%	84,0%	76,1%	100,0%		93	65	137	17	7	4	1	4,3 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	13,4 p.p.	9,9 p.p.	25,7 p.p.	0,0 p.p.
SPOTIFY - NS/NR	4,0%		0,8%	2,6%				93		137	17				2,0 p.p.		0,7 p.p.	4,0 p.p.			
VINE - pago	13,4%							14							8,3 p.p.						
VINE - gratuito	71,6%	100,0%	98,3%	100,0%		100,0%	100,0%	14	5	20	5		1	1	11,7 p.p.	0,0 p.p.	5,6 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	56,0 p.p.	0,0 p.p.
VINE - NS/NR	15,1%		1,7%					14		20					8,8 p.p.		5,6 p.p.			56,0 p.p.	
VIMEO - pago	5,5%				14,7%			65				3			3,1 p.p.				10,3 p.p.		
VIMEO - gratuito	81,9%	100,0%	96,7%	100,0%	85,3%	100,0%	100,0%	65	28	60	7	3	8	1	5,4 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.	0,0 p.p.	10,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
VIMEO - NS/NR	12,6%		3,3%					65		60					4,7 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.				
APPLE MUSIC - pago	24,6%	38,3%	9,9%					13	12	28					14,7 p.p.	14,0 p.p.	7,9 p.p.		39,4 p.p.	27,6 p.p.	
APPLE MUSIC - gratuito	70,3%	25,6%	59,2%	100,0%	100,0%	47,8%	100,0%	13	12	28	1	1	4	1	16,8 p.p.	16,8 p.p.	13,3 p.p.	0,0 p.p.	47,9 p.p.	36,6 p.p.	0,0 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR	5,0%	36,1%	30,9%			52,2%		13	12	28			4		11,6 p.p.	12,6 p.p.	12,4 p.p.		54,8 p.p.	32,3 p.p.	
MEO MUSICA - pago	38,3%	8,0%	11,4%	6,3%				33	31	71	22				11,0 p.p.	9,1 p.p.	7,7 p.p.	8,6 p.p.	19,7 p.p.		56,2 p.p.
MEO MUSICA - gratuito	51,4%	90,2%	79,2%	75,5%	100,0%	86,7%	100,0%	33	31	71	22	3	6	1	11,6 p.p.	11,3 p.p.	8,7 p.p.	15,6 p.p.	19,7 p.p.	15,7 p.p.	56,2 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR	10,4%	1,8%	9,4%	18,2%		13,3%		33	31	71	22		6		6,7 p.p.	8,0 p.p.	5,6 p.p.	13,9 p.p.		15,7 p.p.	
RTP PLAY - pago	0,9%	10,4%	3,0%					44	23	72					1,7 p.p.	3,7 p.p.	2,5 p.p.				
RTP PLAY - gratuito	87,5%	89,6%	94,5%	88,6%	100,0%	100,0%	100,0%	44	23	72	15	2	9	1	6,7 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.	10,4 p.p.	0,0 p.p.	11,4 p.p.	0,0 p.p.
RTP PLAY - NS/NR	11,6%		2,4%	11,4%				44		72	15				6,6 p.p.		3,8 p.p.	10,4 p.p.		11,4 p.p.	
MEO GO - pago	35,2%	8,5%	13,5%	10,5%				26	37	66	23				9,0 p.p.	8,8 p.p.	7,6 p.p.	8,3 p.p.	36,9 p.p.		
MEO GO - gratuito	60,6%	91,5%	72,9%	82,6%	100,0%	94,1%	100,0%	26	37	66	23	3	5	1	10,4 p.p.	10,2 p.p.	9,0 p.p.	10,7 p.p.	37,3 p.p.	12,3 p.p.	0,0 p.p.
MEO GO - NS/NR	4,3%		13,6%	7,0%		5,9%		26		66	23		5		6,7 p.p.	6,4 p.p.	6,5 p.p.	7,3 p.p.	38,7 p.p.	12,3 p.p.	
TVI PLAYER - pago		8,7%	2,9%						23	61						5,4 p.p.	2,3 p.p.		17,8 p.p.		
TVI PLAYER - gratuito	92,7%	91,3%	91,6%	100,0%	100,0%	79,4%	100,0%	30	23	61	12	3	7	1	5,5 p.p.	7,1 p.p.	5,3 p.p.	5,8 p.p.	17,8 p.p.	20,9 p.p.	0,0 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR	7,3%		5,4%			20,6%		30		61			7		5,5 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.	5,8 p.p.		20,9 p.p.	
SOUNDCLOUD - pago	7,1%		2,5%					29		38					4,5 p.p.		5,9 p.p.		22,3 p.p.		
SOUNDCLOUD - gratuito	84,6%	86,0%	92,3%	79,3%	42,8%		100,0%	29	16	38	2	2		1	7,5 p.p.	7,6 p.p.	8,0 p.p.	19,0 p.p.	37,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
SOUNDCLOUD - NS/NR	8,3%	14,0%	5,1%	20,7%	57,2%			29	16	38	2	2			6,3 p.p.	7,6 p.p.	5,9 p.p.	19,0 p.p.	33,9 p.p.		
METACAFE - pago	61,2%							4							17,2 p.p.						
METACAFE - gratuito	38,8%	67,2%	100,0%	100,0%				4	5	4	1				17,2 p.p.	32,8 p.p.	10,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
METACAFE - NS/NR		32,8%							5							32,8 p.p.	10,2 p.p.				
TIDAL - pago	100,0%							1													
TIDAL - gratuito																					
TIDAL - NS/NR																					
RHAPSODY - pago	100,0%							1													
RHAPSODY - gratuito			48,8%							3											
RHAPSODY - NS/NR			51,2%							3											
OUTRO - pago	3,3%		12,6%	49,7%				13		14	3				12,3 p.p.		11,5 p.p.	40,0 p.p.			
OUTRO - gratuito	96,7%	100,0%	87,4%	50,3%				13	7	14	3				12,3 p.p.	0,0 p.p.	11,5 p.p.	40,0 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.
OUTRO - NS/NR																					

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

Sim	10,9%	6,8%	7,5%	9,0%			22,7%	396	275	497	92			2	1,9 p.p.	2,1 p.p.	1,4 p.p.	4,6 p.p.	8,0 p.p.	7,0 p.p.	29,5 p.p.
Não	63,3%	67,3%	68,7%	58,6%	75,8%	66,0%	77,3%	396	275	497	92	30	35	2	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	7,1 p.p.	10,8 p.p.	11,6 p.p.	30,3 p.p.
NS/NR	25,9%	25,9%	23,8%	32,5%	24,2%	34,0%		396	275	497	92	30	35		2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	6,3 p.p.	8,9 p.p.	10,7 p.p.	12,9 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

média	9,6	6,5	6,4	4,6			20,0	34	17	38	10			1	5,7	1,8	1,8	6,7	3,3	3,8	4,4
-------	-----	-----	-----	-----	--	--	------	----	----	----	----	--	--	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Redes sociais pagas e gratuitas																					
FACEBOOK - pago	1,8%	3,1%	2,3%	5,4%				421	277	461	76				0,9 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.		
FACEBOOK - gratuito	96,0%	96,2%	96,3%	94,6%	97,1%	97,8%	100,0%	421	277	461	76	24	23	2	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,6 p.p.	0,0 p.p.
FACEBOOK - NS/NR	2,2%	0,7%	1,4%		2,9%	2,2%		421	277	461		24	23		0,9 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	
INSTAGRAM - pago	3,0%	0,9%	1,1%					174	95	187					1,8 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.				
INSTAGRAM - gratuito	95,9%	91,2%	91,6%	100,0%	91,1%	92,5%		174	95	187	21	12	10		2,3 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.	0,0 p.p.	9,0 p.p.	8,8 p.p.	
INSTAGRAM - NS/NR	1,2%	7,9%	7,4%		8,9%	7,5%		174	95	187		12	10		1,4 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.		9,0 p.p.	8,8 p.p.	
LINKEDIN - pago	1,3%	0,9%	2,9%					94	55	130					1,8 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.			8,9 p.p.	
LINKEDIN - gratuito	97,7%	98,2%	94,0%	100,0%	100,0%	89,4%		94	55	130	18	3	6		2,9 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	0,0 p.p.	8,9 p.p.	12,8 p.p.	0,0 p.p.
LINKEDIN - NS/NR	1,0%	0,9%	3,0%			10,6%		94	55	130			6		2,3 p.p.	1,0 p.p.	1,8 p.p.			12,8 p.p.	
GOOGLE PLUS - pago	1,6%		0,3%					63		79					3,1 p.p.		1,6 p.p.				
GOOGLE PLUS - gratuito	91,7%	93,3%	84,0%	81,9%	100,0%	88,2%		63	35	79	15	6	5		5,0 p.p.	5,4 p.p.	4,5 p.p.	11,1 p.p.	11,8 p.p.	11,9 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE PLUS - NS/NR	6,7%	6,7%	15,7%	18,1%		11,8%		63	35	79	15		5		4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,3 p.p.	11,1 p.p.	11,8 p.p.	11,9 p.p.	
TWITTER - pago	1,5%	0,9%	2,6%					70	36	62					2,2 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.				
TWITTER - gratuito	96,9%	98,1%	94,2%	100,0%	100,0%	85,4%		70	36	62	10	2	3		3,0 p.p.	4,8 p.p.	3,3 p.p.	5,7 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
TWITTER - NS/NR	1,5%	0,9%	3,2%			14,6%		70	36	62			3		2,1 p.p.	4,7 p.p.	2,8 p.p.	5,7 p.p.	8,2 p.p.	9,5 p.p.	
PINTEREST - pago	3,4%	4,7%	1,5%					56	38	68					2,7 p.p.	3,2 p.p.	1,8 p.p.				
PINTEREST - gratuito	91,1%	92,5%	96,5%	100,0%	100,0%	100,0%		56	38	68	7	4	3		3,9 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
PINTEREST - NS/NR	5,5%	2,8%	2,0%					56	38	68					2,8 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.				
MYSAPCE - pago	5,0%							8							5,2 p.p.						
MYSAPCE - gratuito	95,0%	100,0%	96,5%	100,0%	100,0%			8	6	9	1	2		5,2 p.p.	0,0 p.p.	7,7 p.p.	68,2 p.p.	0,0 p.p.			
MYSAPCE - NS/NR			3,5%							9					7,7 p.p.		68,2 p.p.				
FLIRCK - pago	8,1%							8							8,2 p.p.		8,1 p.p.				
FLIRCK - gratuito	91,9%	100,0%	94,1%		100,0%	100,0%		8	5	8	2	1		8,2 p.p.	0,0 p.p.	11,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
FLIRCK - NS/NR			5,9%							8							8,6 p.p.				
TUMBLR - pago	10,1%	1,6%	5,4%					27	17	31					5,0 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.				
TUMBLR - gratuito	88,4%	95,3%	93,5%	100,0%	100,0%			27	17	31	1	2		5,4 p.p.	4,5 p.p.	5,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
TUMBLR - NS/NR	1,5%	3,1%	1,1%					27	17	31					2,0 p.p.	3,7 p.p.	4,2 p.p.				
OUTRO - pago	37,8%							7							20,4 p.p.						
OUTRO - gratuito	62,2%	100,0%		100,0%				7	1		2			20,4 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.				
OUTRO - NS/NR																					
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada																					
Sim	6,0%	7,5%	3,7%	2,7%	0,8%	11,1%	56,4%	420	276	462	74	24	22	2	1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	8,8 p.p.	34,6 p.p.
Não	68,4%	72,2%	74,0%	69,2%	86,1%	68,9%	43,6%	420	276	462	74	24	22	2	2,9 p.p.	3,7 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	9,3 p.p.	12,5 p.p.	34,6 p.p.
NS/NR	25,6%	20,3%	22,3%	28,2%	13,1%	20,0%		420	276	462	74	24	22		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	6,7 p.p.	8,8 p.p.	10,9 p.p.	
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada																					
média	4,4	10,5	5,5		1,0	5,0		20	11	31		1		1	1,7	9,2	1,7	3,0	3,1	35,8	0,8
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos																					
DROPBOX - pago	1,1%	1,6%	0,7%	4,7%		6,4%		202	135	247	39		22		1,0 p.p.	1,6 p.p.	0,9 p.p.	3,4 p.p.		6,2 p.p.	
DROPBOX - gratuito	96,3%	97,6%	93,6%	95,3%	100,0%	84,8%		202	135	247	39	12	22		1,6 p.p.	1,8 p.p.	1,8 p.p.	5,7 p.p.	0,0 p.p.	10,3 p.p.	0,0 p.p.
DROPBOX - NS/NR	2,6%	0,8%	5,6%			8,8%		202	135	247			22		1,3 p.p.	0,8 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.		8,5 p.p.	
GOOGLE DRIVE - pago	1,9%	0,4%	1,4%	4,4%				178	97	232	37				1,4 p.p.	1,5 p.p.	0,8 p.p.	3,5 p.p.		5,8 p.p.	
GOOGLE DRIVE - gratuito	90,6%	98,6%	92,4%	94,3%	100,0%	97,7%	100,0%	178	97	232	37	8	15	2	2,8 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,9 p.p.	0,0 p.p.	9,3 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	7,5%	1,0%	6,2%	1,3%		2,3%		178	97	232	37		15		2,5 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	4,8 p.p.		7,4 p.p.	
ONEDRIVE - pago	0,8%		2,8%					90		95					1,6 p.p.	3,6 p.p.	2,1 p.p.			13,3 p.p.	
ONEDRIVE - gratuito	91,4%	97,8%	91,8%	98,1%	100,0%	100,0%	100,0%	90	42	95	25	3	6	2	3,3 p.p.	4,5 p.p.	3,7 p.p.	8,2 p.p.	0,0 p.p.	13,3 p.p.	31,9 p.p.
ONEDRIVE - NS/NR	7,8%	2,2%	5,4%	1,9%				90	42	95	25				2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	8,2 p.p.		31,9 p.p.	
ICLOUD - pago	8,6%		1,2%	5,3%		10,6%		57		85	9		5		4,0 p.p.	6,1 p.p.	1,5 p.p.	9,9 p.p.		16,2 p.p.	
ICLOUD - gratuito	83,1%	89,5%	93,1%	94,7%	100,0%	89,4%	100,0%	57	34	85	9	6	5	1	5,6 p.p.	9,6 p.p.	3,8 p.p.	9,9 p.p.	0,0 p.p.	16,2 p.p.	0,0 p.p.
ICLOUD - NS/NR	8,2%	10,5%	5,7%					57	34	85					4,1 p.p.		3,5 p.p.				
MEO CLOUD - pago	4,9%		1,8%	11,6%				47		57	20				5,1 p.p.		4,1 p.p.	8,1 p.p.			
MEO CLOUD - gratuito	95,1%	96,4%	92,6%	86,4%	100,0%	100,0%	100,0%	47	26	57	20	4	5	1	5,1 p.p.	4,3 p.p.	6,0 p.p.	11,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
MEO CLOUD - NS/NR		3,6%	5,6%	2,0%						57	20						4,3 p.p.	4,6 p.p.	8,5 p.p.		
GOOGLE HANGOUTS - pago															6,7 p.p.						
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	97,2%	91,6%	94,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	18	14	32	10	1	1	2	10,0 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	25,6 p.p.	0,0 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	2,8%	8,4%	6,0%					18	14	32					7,8 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.			25,6 p.p.	
OFFICE 365 - pago	7,6%	1,1%	21,0%	5,1%		100,0%		31	26	48	11		1		7,0 p.p.	11,1 p.p.	7,4 p.p.	6,5 p.p.	40,9 p.p.	41,4 p.p.	0,0 p.p.
OFFICE 365 - gratuito	84,7%	98,9%	73,1%	94,9%	100,0%			31	26	48	11	2			8,8 p.p.	11,1 p.p.	7,8 p.p.	10,2 p.p.	40,9 p.p.	41,4 p.p.	
OFFICE 365 - NS/NR	7,7%		5,9%					31		48					6,4 p.p.		3,3 p.p.	8,1 p.p.			
TEAM VIEWER - pago	0,8%		2,1%					41		32					3,1 p.p.		3,1 p.p.			41,5 p.p.	
TEAM VIEWER - gratuito	86,7%	100,0%	97,9%	95,9%	100,0%	100,0%	100,0%	41	17	32	15	1	3	1	5,8 p.p.	0,0 p.p.	3,8 p.p.	13,2 p.p.	41,5 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.
TEAM VIEWER - NS/NR	12,5%		4,1%					41		15					5,1 p.p.		2,2 p.p.	13,2 p.p.			
SALESFORCE - pago			43,4%							4											
SALESFORCE - gratuito	100,0%		56,6%					1		4											
SALESFORCE - NS/NR																					
OUTRO - pago															16,0 p.p.		6,7 p.p.				
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%			100,0%		7	1	10			1		16,0 p.p.	0,0 p.p.	9,7 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	
OUTRO - NS/NR																	7,1 p.p.				
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Sim	9,7%	5,6%	7,3%	10,8%	16,0%	3,0%		298	194	377	63	19	25		2,3 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.	5,5 p.p.	6,0 p.p.	8,7 p.p.	26,9 p.p.
Não	59,8%	65,3%	73,5%	81,9%	66,0%	50,2%	100,0%	298	194	377	6										

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
média	14,2	7,9	7,1	5,0		6,7		25	12	24	6		2		6,3	2,2	2,0	1,3	0,0	1,4	0,0
Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																					
SKYPE - tráfego de dados tráfego de dac	30,1%	11,9%	24,6%	23,4%	27,7%	36,5%		133	81	179	37	12	13		7,2 p.p.	6,8 p.p.	5,6 p.p.	11,9 p.p.	21,9 p.p.	24,5 p.p.	
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	51,1%	64,1%	49,1%	60,6%	65,9%	26,5%		133	81	179	37	12	13		7,5 p.p.	9,2 p.p.	6,4 p.p.	14,0 p.p.	24,5 p.p.	24,9 p.p.	
SKYPE - NS/NR	18,8%	24,0%	26,3%	16,0%	6,4%	37,0%		133	81	179	37	12	13		5,8 p.p.	8,1 p.p.	5,8 p.p.	10,2 p.p.	19,5 p.p.	24,6 p.p.	0,0 p.p.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de	33,3%	100,0%	10,3%	14,9%				13	1	12	3				25,6 p.p.	0,0 p.p.	17,2 p.p.	40,2 p.p.			
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratui	61,1%		71,1%	70,5%				13		12	3				26,5 p.p.		25,6 p.p.	51,6 p.p.			
SKYPEOUT - NS/NR	5,6%		18,6%	14,6%				13		12	3				12,5 p.p.		22,0 p.p.	39,9 p.p.			
FACETIME - tráfego de dados tráfego de	17,0%	7,6%	22,9%	7,0%		56,0%		39	19	47	8		2		12,1 p.p.	13,3 p.p.	10,6 p.p.	13,8 p.p.		68,8 p.p.	
FACETIME - tráfego de dados não gratui	65,2%	32,1%	58,9%	75,7%				39	19	47	8				13,6 p.p.	19,3 p.p.	12,5 p.p.	24,1 p.p.			
FACETIME - NS/NR	17,9%	60,3%	18,3%	17,2%		44,0%		39	19	47	8		2		9,5 p.p.	20,0 p.p.	10,0 p.p.	20,9 p.p.		68,8 p.p.	
VIBER - tráfego de dados tráfego de dad	25,3%	16,4%	27,7%	4,8%	7,8%			63	32	88	14	4			10,1 p.p.	12,3 p.p.	8,6 p.p.	8,8 p.p.	26,2 p.p.		
VIBER - tráfego de dados não gratuito	58,0%	59,4%	55,9%	78,2%	92,2%	68,4%		63	32	88	14	4	4		11,2 p.p.	15,9 p.p.	9,7 p.p.	17,5 p.p.	26,2 p.p.	45,5 p.p.	
VIBER - NS/NR	16,8%	24,2%	16,4%	17,0%		31,6%		63	32	88	14				9,3 p.p.	13,5 p.p.	7,6 p.p.	15,7 p.p.		45,5 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego d	24,3%		31,7%	11,8%	11,0%			95	48	155	27	5	13		8,6 p.p.	12,2 p.p.	7,2 p.p.	11,4 p.p.		27,5 p.p.	18,6 p.p.
WHATSAPP - tráfego de dados não grati	57,3%	66,6%	54,9%	66,0%	77,9%	37,3%		95	48	155	27	5	13		9,9 p.p.	12,9 p.p.	7,8 p.p.	17,0 p.p.	36,3 p.p.	26,3 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR	18,4%	6,7%	13,4%	22,2%	11,0%			95	48	155	27	5	13		7,8 p.p.	6,7 p.p.	5,5 p.p.	14,8 p.p.	27,5 p.p.	27,2 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	20,0%	20,7%	33,8%	16,9%	18,0%	17,3%		137	92	183	39	11	17		6,8 p.p.	7,5 p.p.	6,3 p.p.	10,4 p.p.	22,0 p.p.	18,0 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de da	51,4%	62,3%	44,7%	59,5%	75,6%	52,5%		137	92	183	39	11	17		7,5 p.p.	8,8 p.p.	6,6 p.p.	14,1 p.p.	23,4 p.p.	23,7 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	28,5%	17,0%	21,4%	23,6%	6,4%	30,2%		137	92	183	39	11	17		6,5 p.p.	6,7 p.p.	5,2 p.p.	11,9 p.p.	11,3 p.p.	21,8 p.p.	0,0 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego d	22,8%	17,4%	24,4%		55,5%			39	14	55		2			13,1 p.p.	19,4 p.p.	11,4 p.p.		68,8 p.p.		
HANGOUTS - tráfego de dados não grati	34,1%	44,4%	57,2%	71,3%	44,5%	46,0%		39	14	55	8	2	4		14,0 p.p.	18,9 p.p.	12,0 p.p.	28,8 p.p.	68,8 p.p.		48,8 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	43,2%	38,2%	18,4%			54,0%		39	14	55	8		4		13,6 p.p.	18,0 p.p.	8,3 p.p.	28,8 p.p.		48,8 p.p.	
WECHAT - tráfego de dados tráfego de d	50,9%		22,8%					12		6					21,9 p.p.	43,5 p.p.	28,7 p.p.				
WECHAT - tráfego de dados não gratuit	35,7%	100,0%	77,2%	100,0%	100,0%			12	1	6	1	1			18,6 p.p.	43,5 p.p.	31,8 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
WECHAT - NS/NR	13,4%							12							18,9 p.p.		21,6 p.p.				
QQ - tráfego de dados tráfego de dados	39,9%							8							26,7 p.p.		44,2 p.p.	26,8 p.p.			
QQ - tráfego de dados não gratuito	52,9%		100,0%					8		4					25,2 p.p.	48,5 p.p.	34,4 p.p.				
QQ - NS/NR	7,1%	100,0%						8	1						24,3 p.p.	34,7 p.p.	27,1 p.p.				
LINE - tráfego de dados tráfego de dado	22,0%		59,2%					10		6					23,7 p.p.	31,4 p.p.	30,9 p.p.				
LINE - tráfego de dados não gratuito	48,1%		40,8%			100,0%		10		6			2		23,9 p.p.	36,2 p.p.	29,7 p.p.			0,0 p.p.	
LINE - NS/NR	29,9%	100,0%						10	1						23,9 p.p.	23,8 p.p.	24,2 p.p.				
TANGO - tráfego de dados tráfego de da	50,5%		40,7%					11		8					29,5 p.p.		34,0 p.p.				
TANGO - tráfego de dados não gratuito	35,9%		33,0%					11		8					28,3 p.p.		32,6 p.p.				
TANGO - NS/NR	13,5%	100,0%	26,3%					11	1	8					20,2 p.p.	0,0 p.p.	30,5 p.p.				
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da			21,4%							4											
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	84,9%	67,3%	89,2%				1	3	4	4										
OUTRO - NS/NR		15,1%	11,3%	10,8%					3	4	4										
Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																					
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	26,7%	20,9%	32,2%	21,9%	66,0%	20,7%		140	75	236	35	9	19		7,2 p.p.	9,0 p.p.	5,9 p.p.	13,7 p.p.	30,9 p.p.	18,2 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados não grati	62,6%	62,9%	56,2%	68,3%	26,9%	51,8%		140	75	236	35	9	19		8,0 p.p.	10,7 p.p.	6,2 p.p.	15,4 p.p.	29,0 p.p.	22,5 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR	10,6%	16,3%	11,6%	9,7%	7,1%	27,5%		140	75	236	35	9	19		5,4 p.p.	8,2 p.p.	4,0 p.p.	9,8 p.p.	16,8 p.p.	20,1 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	27,8%	23,7%	33,6%	42,5%	37,8%	82,7%		237	135	296	55	17	23	2	5,1 p.p.	6,2 p.p.	5,0 p.p.	10,6 p.p.	18,1 p.p.	17,4 p.p.	52,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de da	53,4%	58,2%	53,7%	65,3%	26,0%	46,4%	17,3%	237	135	296	55	17	23	2	5,7 p.p.	7,2 p.p.	5,2 p.p.	11,6 p.p.	18,2 p.p.	18,9 p.p.	52,4 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	18,9%	18,1%	12,7%	17,1%	31,4%	15,8%		237	135	296	55	17	23		4,7 p.p.	6,3 p.p.	3,6 p.p.	8,4 p.p.	16,9 p.p.	12,5 p.p.	
SKYPE - tráfego de dados gratuito	34,6%	26,5%	35,3%	22,1%	29,9%	32,9%	100,0%	100	64	126	27	10	14	1	7,9 p.p.	8,9 p.p.	7,3 p.p.	15,8 p.p.	28,0 p.p.	21,7 p.p.	0,0 p.p.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	57,1%	58,8%	52,0%	56,8%	56,0%	36,4%		100	64	126	27	10	14		8,3 p.p.	10,0 p.p.	7,6 p.p.	16,3 p.p.	27,8 p.p.	24,5 p.p.	
SKYPE - NS/NR	8,3%	14,6%	12,7%	21,1%	14,1%	30,8%		100	64	126	27	10	14		5,8 p.p.	8,1 p.p.	5,3 p.p.	10,3 p.p.	20,5 p.p.	21,3 p.p.	
VIBER - tráfego de dados gratuito	18,2%	21,6%	28,9%	10,5%	51,7%			57	28	66	10	5			9,6 p.p.	15,5 p.p.	10,2 p.p.	17,6 p.p.	43,8 p.p.		
VIBER - tráfego de dados não gratuito	63,6%	60,3%	62,0%	69,1%	41,5%	37,9%		57	28	66	10	5	4		11,5 p.p.	16,9 p.p.	11,0 p.p.	26,8 p.p.	43,2 p.p.	37,8 p.p.	
VIBER - NS/NR	18,2%	18,1%	9,2%	20,4%	6,7%	62,1%		57	28	66	10	5	4		9,4 p.p.	12,2 p.p.	7,5 p.p.	23,2 p.p.	22,0 p.p.	37,8 p.p.	
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	28,0%	10,3%	33,4%	3,9%		100,0%		45	20	71	11	1			11,5 p.p.	13,6 p.p.	10,1 p.p.	11,5 p.p.	0,0 p.p.		
HANGOUTS - tráfego de dados não grat	59,6%	66,3%	55,6%	52,5%				45	20	71	11		2		12,8 p.p.	17,9 p.p.	10,6 p.p.	29,5 p.p.			
HANGOUTS - NS/NR	12,3%	23,4%	11,0%	43,6%				45	20	71	11				9,5 p.p.	14,5 p.p.	7,1 p.p.	29,3 p.p.			
WECHAT - tráfego de dados gratuito								4													
WECHAT - tráfego de dados não gratuit	12,6%		61,4%					4		6											
WECHAT - NS/NR			38,6%							6											
LINE - tráfego de dados gratuito	39,8%							5													
LINE - tráfego de dados não gratuito	50,9%		100,0%					5		2											
LINE - NS/NR	9,2%	100,0%						5	1												
QQ - tráfego de dados gratuito	100,0%							2													
QQ - tráfego de dados não gratuito																					
QQ - NS/NR																					
TANGO - tráfego de dados gratuito	88,7%		77,8%					4		2											
TANGO - tráfego de dados não gratuito	11,3%		22,2%	100,0%				4		2	2										
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - tráfego de dados gratuito	9,3%		12,1%					6		6					25,1 p.p.	41,0 p.p.	17,5 p.p.		0,0 p.p.		
OUTRO -																					

Variáveis	Frequência/ Média						Base Amostral						Margem de erro										
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores		
Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																							
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de	17,8%	10,3%	16,4%		22,0%	20,9%	100,0%	248	161	321	59	15	25		1	4,7 p.p.	4,9 p.p.	4,1 p.p.	9,6 p.p.	18,1 p.p.	12,9 p.p.	54,9 p.p.	
YOUTUBE - tráfego de dados não gratui	68,5%	73,1%	69,6%		75,5%	66,0%		248	161	321	59	15	25			5,3 p.p.	6,3 p.p.	6,3 p.p.	10,8 p.p.	18,8 p.p.	15,9 p.p.	51,1 p.p.	
YOUTUBE - NS/NR	13,7%	16,5%	13,9%		12,1%	13,1%		248	161	321	59	15	25			3,8 p.p.	5,0 p.p.	3,6 p.p.	7,2 p.p.	9,9 p.p.	11,5 p.p.	32,9 p.p.	
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de d	15,3%	9,4%	14,1%		48,4%		100,0%	69	43	95	12				1	8,4 p.p.	8,8 p.p.	7,2 p.p.	25,1 p.p.	31,2 p.p.		0,0 p.p.	
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	82,2%	79,2%	81,4%		44,0%	100,0%		69	43	95	12	5	3			8,9 p.p.	11,4 p.p.	8,0 p.p.	24,5 p.p.	31,2 p.p.		0,0 p.p.	
SPOTIFY - NS/NR	2,5%	11,4%	4,5%		7,6%			69	43	95	12					3,6 p.p.	8,7 p.p.	4,9 p.p.	11,9 p.p.				
VINE - tráfego de dados tráfego de dadc	15,3%		8,3%				100,0%	10		19					1	17,5 p.p.		13,3 p.p.				0,0 p.p.	
VINE - tráfego de dados não gratuito	63,7%	100,0%	91,7%		100,0%	100,0%		10	1	19		5		1		24,4 p.p.	0,0 p.p.	15,4 p.p.	0,0 p.p.			0,0 p.p.	
VINE - NS/NR	21,0%							10								20,0 p.p.		9,3 p.p.					
VIMEO - tráfego de dados tráfego de da	9,0%	5,1%	13,8%		7,8%	100,0%		36	16	42			5	1		8,2 p.p.	11,8 p.p.	10,3 p.p.		48,1 p.p.	16,2 p.p.	0,0 p.p.	
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	72,2%	77,1%	72,0%		100,0%	92,2%		36	16	42	5		5			12,1 p.p.	17,8 p.p.	12,2 p.p.	0,0 p.p.	37,6 p.p.	16,2 p.p.		
VIMEO - NS/NR	18,8%	17,8%	14,2%					36	16	42						10,2 p.p.	16,3 p.p.	9,0 p.p.		48,3 p.p.			
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfegc	56,7%		35,9%				100,0%	9		17					1	22,7 p.p.		19,5 p.p.	66,2 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gr	34,6%	30,4%	23,3%		100,0%	74,9%		9	6	17	1		3			21,6 p.p.	32,4 p.p.	17,7 p.p.			49,1 p.p.		
APPLE MUSIC - NS/NR	8,7%	69,6%	40,8%			25,1%		9	6	17			3			9,9 p.p.	32,4 p.p.	20,0 p.p.			49,1 p.p.		
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfegc	66,0%	59,4%	64,1%		100,0%	17,4%		19	22	59	19	3	4		1	15,0 p.p.	17,1 p.p.	11,9 p.p.	21,7 p.p.	0,0 p.p.	39,4 p.p.	0,0 p.p.	
MEO MUSICA - tráfego de dados não gr	21,6%	37,1%	24,0%			32,1%		19	22	59	19		4			13,3 p.p.	16,7 p.p.	10,2 p.p.	19,8 p.p.		39,4 p.p.		
MEO MUSICA - NS/NR	12,3%	3,5%	11,8%			15,6%		19	22	59	19					9,2 p.p.	5,6 p.p.	9,0 p.p.	15,2 p.p.				
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de	20,8%		10,7%			18,6%		25		41	11		7		1	15,1 p.p.	14,3 p.p.	11,5 p.p.	15,9 p.p.		56,6 p.p.	21,5 p.p.	0,0 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuit	72,0%	96,0%	64,1%			40,1%		25	15	41	11		7			15,8 p.p.	19,3 p.p.	13,0 p.p.	15,9 p.p.	46,5 p.p.	32,0 p.p.		
RTP PLAY - NS/NR	7,2%	4,0%	25,1%			41,3%		25	15	41			7			7,9 p.p.	16,6 p.p.	10,9 p.p.		51,6 p.p.	29,1 p.p.		
MEO GO - tráfego de dados tráfego de c	59,4%	44,3%	55,5%		33,9%	64,3%		19	25	52	15	3	3		1	16,8 p.p.	18,6 p.p.	12,8 p.p.	22,5 p.p.	41,4 p.p.	41,4 p.p.	0,0 p.p.	
MEO GO - tráfego de dados não gratuitc	33,6%	51,2%	27,8%		43,0%	66,1%		19	25	52	15	3	3			16,5 p.p.	18,8 p.p.	11,6 p.p.	21,9 p.p.	41,4 p.p.	44,9 p.p.		
MEO GO - NS/NR	7,0%	16,7%	13,0%			18,9%		19	25	52	15		3			9,1 p.p.	7,6 p.p.	17,7 p.p.	13,5 p.p.		24,7 p.p.		
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego d	27,0%		20,2%		100,0%	3,1%		17		43	8	1	6		1	18,4 p.p.	16,3 p.p.	12,0 p.p.	19,6 p.p.	0,0 p.p.	11,2 p.p.	0,0 p.p.	
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratu	47,2%	82,8%	56,6%			48,9%		17	12	43	8		6			18,0 p.p.	20,0 p.p.	12,9 p.p.	19,6 p.p.		36,0 p.p.		
TVI PLAYER - NS/NR	25,8%	17,2%	23,2%			48,0%		17	12	43			6			14,3 p.p.	17,7 p.p.	11,7 p.p.			35,6 p.p.		
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfeg	13,0%	17,2%	3,6%					21	14	28					1	15,4 p.p.	18,0 p.p.	5,7 p.p.		55,6 p.p.		0,0 p.p.	
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gr	62,5%	65,5%	70,5%		100,0%			21	14	28		1				17,9 p.p.	22,1 p.p.	15,4 p.p.		55,6 p.p.	0,0 p.p.		
SOUNDCLOUD - NS/NR	24,5%	17,2%	26,0%					21	14	28		1				14,0 p.p.	16,6 p.p.	15,0 p.p.	0,0 p.p.				
METACAFE - tráfego de dados tráfego di	61,2%	83,7%						4	2														
METACAFE - tráfego de dados não gratu	20,8%	16,3%	100,0%					4	2	1													
METACAFE - NS/NR	18,0%							4															
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dad	100,0%							1															
TIDAL - tráfego de dados não gratuito																							
TIDAL - NS/NR																							
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego di	100,0%							1															
RHAPSODY - tráfego de dados não gratu			72,2%							3													
RHAPSODY - NS/NR			27,8%							3													
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da	3,3%		9,0%					11		10						16,7 p.p.		26,9 p.p.					
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	91,5%	100,0%	84,4%		100,0%			11	6	10	2					19,6 p.p.	0,0 p.p.	27,6 p.p.	0,0 p.p.				
OUTRO - NS/NR	5,2%		6,7%					11		10						11,7 p.p.		11,5 p.p.		0,0 p.p.			
Redes sociais de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito																							
FACEBOOK - tráfego de dados gratuito	22,9%	18,3%	30,0%	30,5%	57,9%	6,5%		259	160	292	43	17	16			4,7 p.p.	5,7 p.p.	4,9 p.p.	11,3 p.p.	19,1 p.p.	11,6 p.p.		
FACEBOOK - tráfego de dados não gratu	63,8%	72,3%	61,6%	56,3%	40,5%	72,1%		259	160	292	43	17	16			5,3 p.p.	6,4 p.p.	5,1 p.p.	12,7 p.p.	18,7 p.p.	19,6 p.p.	0,0 p.p.	
FACEBOOK - NS/NR	13,3%	9,4%	8,5%	13,2%	1,6%	21,3%		259	160	292	43	17	16			3,9 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	9,2 p.p.	8,9 p.p.	17,6 p.p.		
INSTAGRAM - tráfego de dados gratuito	31,8%	7,7%	23,5%	30,9%	61,6%	9,5%		124	66	146	16	10	7			7,5 p.p.	9,1 p.p.	6,6 p.p.	22,3 p.p.	28,1 p.p.	18,4 p.p.		
INSTAGRAM - tráfego de dados não grat	62,9%	89,2%	66,2%	66,4%	38,4%	81,1%		124	66	146	16	10	7			7,8 p.p.	9,4 p.p.	7,3 p.p.	22,4 p.p.	28,1 p.p.	24,8 p.p.		
INSTAGRAM - NS/NR	5,3%	3,1%	10,3%	2,8%		9,4%		124	66	146	16		7			3,5 p.p.	3,2 p.p.	4,7 p.p.	6,6 p.p.		18,3 p.p.		
LINKEDIN - tráfego de dados gratuito	19,2%	20,5%	24,9%	34,6%				64	28	86	14					8,6 p.p.	13,4 p.p.	8,4 p.p.	22,8 p.p.	48,2 p.p.			
LINKEDIN - tráfego de dados não gratuit	62,9%	77,3%	60,3%	47,2%	100,0%	88,7%		64	28	86	14	2	5			10,1 p.p.	13,8 p.p.	9,2 p.p.	24,5 p.p.	45,1 p.p.	27,8 p.p.	0,0 p.p.	
LINKEDIN - NS/NR	17,9%	2,1%	14,8%	18,2%				64	28	86	14		5			8,0 p.p.	5,0 p.p.	6,7 p.p.	19,3 p.p.	44,2 p.p.	27,8 p.p.		
GOOGLE PLUS - tráfego de dados gratuit	36,8%	4,8%	24,1%	14,9%	35,1%	12,8%		39	20	55	8	6	4			12,8 p.p.	13,9 p.p.	11,2 p.p.	26,2 p.p.	34,3 p.p.	25,8 p.p.		
GOOGLE PLUS - tráfego de dados não gr	48,0%	84,1%	62,1%	49,7%	3,4%	87,2%		39	20	55	8	6	4			12,7 p.p.	16,3 p.p.	11,7 p.p.	31,0 p.p.	11,9 p.p.	25,8 p.p.		
GOOGLE PLUS - NS/NR	15,2%	11,2%	13,8%	35,4%	61,5%			39	20	55	8	6				10,0 p.p.	12,6 p.p.	7,5 p.p.	28,1 p.p.	34,5 p.p.			
TWITTER - tráfego de dados gratuito	24,4%	2,1%	39,5%	17,6%		50,3%		54	24	43	7		2			10,5 p.p.	13,2 p.p.	12,6 p.p.	25,5 p.p.	46,4 p.p.	46,6 p.p.		
TWITTER - tráfego de dados não gratuit	69,9%	91,5%	56,3%	77,5%	100,0%			54	24	43	7	2				11,5 p.p.	16,1 p.p.	12,6 p.p.	31,4 p.p.	46,4 p.p.	56,0 p.p.		
TWITTER - NS/NR	5,7%	6,4%	4,1%	4,9%		49,7%		54	24	43	7		2			8,0 p.p.	12,1 p.p.	5,6 p.p.	23,1 p.p.		46,4 p.p.		
PINTEREST - tráfego de dados gratuito	14,9%	4,1%	15,0%		60,7%			36	24	49		4				12,2 p.p.	14,9 p.p.	10,3 p.p.		39,8 p.p.			
PINTEREST - tráfego de dados não gratu	70,1%	87,6%	80,0%	66,7%	39,3%			36	24	49	6	4				13,7 p.p.	16,2 p.p.	11,2 p.p.	33,1 p.p.	39,8 p.p.			
PINTEREST - NS/NR	15,1%	8,3%	5,0%	33,3%				36	24	49	6					9,2 p.p.	8,7 p.p.	5,8 p.p.	33,1 p.p.				
MYSAPCE - tráfego de dados gratuito	49,6%	22,7%	76,2%					6	5	5						32,6 p.p.	36,7 p.p.	34,0 p.p.		56,0 p.p.			
MYSAPCE - tráfego de dados não gratuit	50,4%	77,3%	23,8%		100,0%			6	5	5		2				32,6 p.p.	36,7 p.p.	26,5 p.p.		56,0 p.p.			
MYSAPCE - NS/NR																							

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	
DROPBOX - tráfego de dados tráfego de	25,6%	18,6%	18,1%	35,3%	12,2%	13,6%		135	83	176	28	11	17		6,4 p.p.	7,5 p.p.	5,4 p.p.	15,2 p.p.	18,9 p.p.	14,7 p.p.		
DROPBOX - tráfego de dados não gratui	59,5%	61,2%	65,8%	58,1%	34,5%	66,4%		135	83	176	28	11	17		7,3 p.p.	9,2 p.p.	6,6 p.p.	15,9 p.p.	23,3 p.p.	19,4 p.p.	0,0 p.p.	
DROPBOX - NS/NR	14,9%	20,2%	16,1%	6,6%	53,3%	20,0%		135	83	176	28	11	17		5,4 p.p.	7,5 p.p.	5,3 p.p.	7,8 p.p.	23,3 p.p.	15,4 p.p.		
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfeg	18,3%	14,3%	21,2%	32,2%	50,2%	17,4%	83,9%	118	59	152	21	5	10	2	6,3 p.p.	8,4 p.p.	6,0 p.p.	18,0 p.p.	32,7 p.p.	18,0 p.p.	55,2 p.p.	
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não g	61,5%	72,8%	63,9%	65,6%	33,6%	71,1%	16,1%	118	59	152	21	5	10	2	7,7 p.p.	10,0 p.p.	7,1 p.p.	18,3 p.p.	31,0 p.p.	22,1 p.p.	55,2 p.p.	
GOOGLE DRIVE - NS/NR	20,3%	12,9%	14,8%	2,3%	16,3%	11,4%		118	59	152	21	5	10		6,3 p.p.	7,2 p.p.	5,3 p.p.	7,5 p.p.	23,3 p.p.	14,9 p.p.		
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de	20,7%	18,9%	29,9%	35,5%	60,6%		83,9%	66	27	67	15	2		2	8,4 p.p.	12,4 p.p.	10,2 p.p.	22,1 p.p.	43,3 p.p.		55,2 p.p.	
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratui	54,2%	79,4%	54,7%	61,7%	39,4%	100,0%	16,1%	66	27	67	15	2	4	2	10,3 p.p.	15,0 p.p.	11,3 p.p.	22,6 p.p.	29,6 p.p.	0,0 p.p.	55,2 p.p.	
ONEDRIVE - NS/NR	25,1%	1,8%	15,4%	2,9%				66	27	67	15				8,8 p.p.	11,4 p.p.	7,9 p.p.	7,2 p.p.	36,4 p.p.			
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de d	8,2%	35,4%	17,3%	26,2%	82,8%		100,0%	41	22	63	7	5		1	11,3 p.p.	15,4 p.p.	9,4 p.p.	32,1 p.p.	27,8 p.p.		0,0 p.p.	
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	52,1%	29,2%	53,3%	67,7%	5,7%	100,0%		41	22	63	7	5	4		13,4 p.p.	17,1 p.p.	12,0 p.p.	33,4 p.p.	16,9 p.p.	0,0 p.p.		
ICLOUD - NS/NR	39,7%	35,4%	29,4%	11,5%				41	22	63	7	5			12,3 p.p.	16,9 p.p.	10,9 p.p.	16,1 p.p.	23,3 p.p.			
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego	35,3%	12,6%	26,6%	55,0%	39,4%	14,1%	100,0%	32	19	43	13	2	4	1	14,9 p.p.	17,9 p.p.	12,6 p.p.	23,1 p.p.	43,4 p.p.	39,4 p.p.	0,0 p.p.	
MEO CLOUD - tráfego de dados não gra	42,3%	60,4%	53,8%	41,8%		85,9%		32	19	43	13		4		14,2 p.p.	19,6 p.p.	14,3 p.p.	23,1 p.p.	32,3 p.p.	39,4 p.p.		
MEO CLOUD - NS/NR	22,4%	26,9%	19,6%	3,3%	60,6%			32	19	43	13	2			13,0 p.p.	16,7 p.p.	11,3 p.p.	7,1 p.p.	38,9 p.p.			
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados		14,6%	10,3%	22,0%	100,0%		83,9%	7	19	6	1			2	26,2 p.p.	10,6 p.p.	33,1 p.p.	0,0 p.p.			50,9 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados	94,5%	74,7%	78,1%	78,0%		100,0%	16,1%	11	7	19	6		1	2	10,1 p.p.	32,2 p.p.	19,3 p.p.	33,1 p.p.		0,0 p.p.	50,9 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	5,5%	10,7%	11,6%					11	7	19					10,1 p.p.	22,9 p.p.	18,2 p.p.					
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego d	35,9%	15,8%	33,0%	11,2%	39,4%			25	17	34	5	2			14,2 p.p.	17,3 p.p.	13,6 p.p.	32,3 p.p.	39,7 p.p.			
OFFICE 365 - tráfego de dados não grat	53,0%	58,8%	41,1%	88,8%		100,0%		25	17	34	5		1		15,0 p.p.	23,4 p.p.	14,4 p.p.	32,6 p.p.	33,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
OFFICE 365 - NS/NR	11,1%	25,4%	25,9%		60,6%			25	17	34		2			14,4 p.p.	20,7 p.p.	12,9 p.p.	14,6 p.p.	46,4 p.p.			
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfeg	9,2%	25,2%	15,2%					29	10	23					10,1 p.p.	22,2 p.p.	13,3 p.p.					
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gr	57,5%	74,8%	67,1%	87,6%		100,0%	100,0%	29	10	23	10			1	14,8 p.p.	24,9 p.p.	18,7 p.p.	20,4 p.p.			0,0 p.p.	
TEAM VIEWER - NS/NR	33,3%		17,8%	12,4%		100,0%		29		23	10		1		14,2 p.p.	18,0 p.p.	17,2 p.p.	20,4 p.p.		0,0 p.p.		
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego																						
SALESFORCE - tráfego de dados não gra	100,0%		42,8%					1		3												
SALESFORCE - NS/NR			57,2%							3												
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da	56,3%							6							34,0 p.p.							
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	43,7%	100,0%	100,0%			100,0%		6	1	9			1		34,5 p.p.	0,0 p.p.	16,8 p.p.			0,0 p.p.		
OUTRO - NS/NR								6					1		16,3 p.p.		16,8 p.p.					

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
MEO	7,5	7,4	7,5	7,4	7,7	7,6	6,4	241	251	307	98	34	23	4	0,2	0,2	0,2	0,3	0,5	0,5	0,8
NOS	7,7	7,6	7,7	7,5	6,3	8,3	9,0	279	124	365	35	13	34	2	0,2	0,3	0,2	0,6	0,8	0,5	0,9
Vodafone	8,3	7,9	8,6	8,8	7,6			180	67	171	8	4			0,2	0,4	0,2	1,5	1,1	2,0	0,0
Cabovisão	5,9	7,9	7,5	6,7	6,7			18	45	36	14	2			0,9	0,6	0,7	0,9	0,8	0,0	0,0
Outro	6,6							2													

Satisfação com o operador de Internet móvel

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
MEO	7,7	7,2	7,5	7,1	8,0	7,8	5,5	123	122	258	77	24	30	2	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5	0,6	2,5
NOS	7,8	6,9	7,7	7,3	5,8	7,4		141	57	187	23	3	12		0,4	0,6	0,3	0,7	1,6	0,6	0,0
Vodafone	7,7	7,9	8,1	7,1	8,9	8,0		182	106	149	12	6	2		0,3	0,4	0,3	1,4	1,0	0,7	0,0
Moche	9,3	9,6	7,3	5,8	4,0			5	3	14	2	1		1,6	0,8	1,4	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Yorn	7,7	6,9	7,9	5,0				33	17	19	1	1		0,9	0,6	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lycamobile			6,0							1											
Continente Mobile																					
UZO		7,0	6,0						1	2											
Phone-ix																					
Outro	8,2	9,0	8,9	7,0				16	1	5	1				1,4	3,7	1,1	0,6	0,0	0,0	0,0

Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Adequação dos tarifários	50,0%	43,1%	52,1%	58,6%	31,7%	57,1%	15,0%	290	161	337	51	16	17	3	4,0 p.p.	5,4 p.p.	3,8 p.p.	10,5 p.p.	14,9 p.p.	17,4 p.p.	26,3 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	29,5%	31,8%	29,1%	22,0%	39,0%	41,0%	85,0%	290	161	337	51	16	17	3	3,8 p.p.	5,2 p.p.	3,6 p.p.	9,7 p.p.	15,1 p.p.	15,4 p.p.	28,3 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	52,2%	42,8%	38,6%	50,0%	32,5%	51,6%	100,0%	290	161	337	51	16	17	3	4,0 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	10,4 p.p.	15,3 p.p.	17,4 p.p.	30,3 p.p.
Atendimento	35,0%	29,4%	35,0%	32,8%	43,7%	55,0%	100,0%	290	161	337	51	16	17	3	3,9 p.p.	5,3 p.p.	3,7 p.p.	9,6 p.p.	15,2 p.p.	17,5 p.p.	32,2 p.p.
Clareza e transparência da informação f	30,2%	21,2%	20,6%	33,6%	19,0%	16,7%	15,0%	290	161	337	51	16	17	3	3,7 p.p.	4,5 p.p.	3,2 p.p.	9,2 p.p.	12,9 p.p.	14,7 p.p.	28,9 p.p.
Cobertura e velocidade	75,7%	68,7%	71,2%	73,9%	73,4%	67,5%	70,4%	290	161	337	51	16	17	3	3,5 p.p.	5,0 p.p.	3,4 p.p.	9,8 p.p.	13,5 p.p.	17,1 p.p.	23,1 p.p.
Credibilidade	37,6%	21,8%	26,0%	32,1%	24,9%	46,2%	44,6%	290	161	337	51	16	17	3	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	9,4 p.p.	13,6 p.p.	16,6 p.p.	32,5 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	41,7%	25,5%	35,0%	47,6%	34,6%	52,6%	70,4%	290	161	337	51	16	17	3	3,9 p.p.	4,9 p.p.	3,7 p.p.	10,3 p.p.	14,4 p.p.	17,6 p.p.	32,6 p.p.
É uma empresa inovadora	20,0%	14,6%	10,8%	29,5%	2,7%	23,5%		290	161	337	51	16	17		3,2 p.p.	4,1 p.p.	2,5 p.p.	9,4 p.p.	4,5 p.p.	16,2 p.p.	18,9 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa sc	29,3%	21,5%	21,2%	21,6%	32,1%	24,4%		290	161	337	51	16	17		3,6 p.p.	4,8 p.p.	3,2 p.p.	9,1 p.p.	13,0 p.p.	14,9 p.p.	27,4 p.p.
Preços	49,1%	42,1%	53,5%	51,8%	47,1%	61,5%	15,0%	290	161	337	51	16	17	3	4,0 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	10,5 p.p.	15,5 p.p.	17,2 p.p.	32,4 p.p.
Proximidade aos clientes	19,5%	8,0%	10,6%	21,1%	5,1%	24,4%	44,6%	290	161												

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Variáveis	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa																					
Preços/ Mensalidade/ Promoções	54,2%	57,6%	53,2%	63,4%	33,9%	62,5%		86	76	99	21	9	7		7,0 p.p.	8,1 p.p.	7,0 p.p.	13,8 p.p.	22,0 p.p.	22,9 p.p.	33,2 p.p.
Credibilidade do operador	16,4%	7,6%	16,8%	28,7%	30,8%			86	76	99	21	9			5,1 p.p.	4,8 p.p.	5,1 p.p.	11,3 p.p.	18,3 p.p.	15,3 p.p.	
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	42,8%	64,4%	70,3%	65,0%	47,6%	77,3%	100,0%	86	76	99	21	9	7	1	7,0 p.p.	8,1 p.p.	6,5 p.p.	14,2 p.p.	22,7 p.p.	16,6 p.p.	20,7 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Rt	37,6%	49,1%	45,3%	32,7%	23,5%	27,1%		86	76	99	21	9	7		6,5 p.p.	7,9 p.p.	7,0 p.p.	13,3 p.p.	22,9 p.p.	23,8 p.p.	37,1 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	44,4%	45,8%	55,7%	63,0%	55,9%	43,7%	100,0%	86	76	99	21	9	7	1	7,0 p.p.	8,2 p.p.	7,0 p.p.	13,9 p.p.	23,6 p.p.	23,4 p.p.	42,7 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fic	30,9%	37,9%	46,5%	56,1%	52,4%	33,6%		86	76	99	21	9			6,6 p.p.	8,1 p.p.	6,9 p.p.	14,3 p.p.	23,8 p.p.	22,9 p.p.	
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	27,3%	24,6%	15,2%	10,3%	19,4%	6,2%		86	76	99	21	9	7		6,0 p.p.	6,8 p.p.	5,5 p.p.	11,2 p.p.	17,7 p.p.	20,1 p.p.	
Alternativas na concorrência	27,7%	12,2%	25,7%	33,4%	19,4%	4,7%		86	76	99	21	9	7		6,0 p.p.	6,4 p.p.	6,1 p.p.	13,0 p.p.	15,1 p.p.	18,1 p.p.	
Preço de chamadas de apoio ao cliente	28,4%	22,4%	33,3%	33,6%	50,7%			86	76	99	21	9			6,5 p.p.	6,9 p.p.	6,7 p.p.	13,1 p.p.	23,0 p.p.	12,6 p.p.	33,2 p.p.
Relação qualidade/preço	31,9%	24,2%	36,1%	40,4%	65,2%	10,9%		86	76	99	21	9	7		6,3 p.p.	7,3 p.p.	6,5 p.p.	11,5 p.p.	23,5 p.p.	17,9 p.p.	33,2 p.p.
Outros		1,2%	0,6%						76	99						1,3 p.p.	1,1 p.p.				
NS/NR	3,0%			2,2%				86			21				1,7 p.p.		1,0 p.p.	2,5 p.p.	5,2 p.p.		
Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel																					
Adequação dos tarifários	68,9%	65,1%	63,0%	64,1%	71,8%	47,8%		170	100	232	23	10	11		6,0 p.p.	8,2 p.p.	5,7 p.p.	18,1 p.p.	23,8 p.p.	28,2 p.p.	0,0 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	33,8%	52,6%	34,8%	46,2%	77,8%	29,2%		170	100	232	23	10	11		6,4 p.p.	8,7 p.p.	5,7 p.p.	18,0 p.p.	24,5 p.p.	26,5 p.p.	0,0 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	39,4%	40,5%	33,7%	38,1%	9,0%	12,5%		170	100	232	23	10	11		6,4 p.p.	8,6 p.p.	5,7 p.p.	16,7 p.p.	17,6 p.p.	18,3 p.p.	0,0 p.p.
Atendimento	39,1%	48,6%	30,8%	37,6%	48,8%	7,0%		170	100	232	23	10	11		6,6 p.p.	8,7 p.p.	5,5 p.p.	16,3 p.p.	24,4 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Clareza e transparência da informação f	28,0%	41,8%	26,1%	30,4%	34,4%	7,0%		170	100	232	23	10	11		6,2 p.p.	8,6 p.p.	5,2 p.p.	15,3 p.p.	23,6 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Cobertura e velocidade	77,7%	75,9%	74,7%	83,1%	39,1%	88,2%		170	100	232	23	10	11		6,0 p.p.	7,6 p.p.	5,1 p.p.	16,9 p.p.	20,7 p.p.	20,7 p.p.	0,0 p.p.
Credibilidade	42,8%	40,2%	31,7%	21,7%	19,0%	17,4%		170	100	232	23	10	11		6,6 p.p.	8,6 p.p.	5,5 p.p.	12,8 p.p.	19,0 p.p.	21,1 p.p.	0,0 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	49,1%	33,5%	34,1%	38,3%	34,4%	35,5%		170	100	232	23	10	11		6,7 p.p.	8,2 p.p.	5,5 p.p.	17,8 p.p.	22,0 p.p.	27,5 p.p.	0,0 p.p.
É uma empresa inovadora	23,8%	30,4%	18,4%	19,8%	3,0%	7,0%		170	100	232	23	10	11		5,8 p.p.	8,0 p.p.	4,7 p.p.	12,4 p.p.	7,3 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa s	25,5%	39,7%	26,2%	19,4%	33,4%	33,3%		170	100	232	23	10	11		5,9 p.p.	8,6 p.p.	5,3 p.p.	12,3 p.p.	22,3 p.p.	27,2 p.p.	0,0 p.p.
Preços	55,4%	56,3%	57,0%	59,3%	44,3%	47,3%		170	100	232	23	10	11		6,5 p.p.	8,6 p.p.	5,9 p.p.	18,0 p.p.	25,3 p.p.	28,2 p.p.	0,0 p.p.
Proximidade aos clientes	17,0%	14,8%	15,8%	23,0%	31,4%	7,0%		170	100	232	23	10	11		5,4 p.p.	7,1 p.p.	4,7 p.p.	13,2 p.p.	21,4 p.p.	14,1 p.p.	0,0 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	37,8%	46,2%	40,9%	25,8%	51,8%	57,8%		170	100	232	23	10	11		6,5 p.p.	8,7 p.p.	5,8 p.p.	15,0 p.p.	24,4 p.p.	28,1 p.p.	0,0 p.p.
Relação qualidade/preço	45,0%	46,4%	40,2%	33,6%	47,9%	46,0%		170	100	232	23	10	11		6,7 p.p.	8,7 p.p.	5,7 p.p.	17,1 p.p.	25,2 p.p.	28,1 p.p.	0,0 p.p.
Outros		0,5%		6,8%					100		23					1,1 p.p.		7,6 p.p.			
NS/NR	0,3%		0,2%					170		232					0,7 p.p.		0,5 p.p.	10,0 p.p.			
Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel																					
Preços/ Mensalidade/ Promoções	76,7%	59,8%	53,3%	74,4%	96,3%	67,2%		64	44	65	16	6	7		9,1 p.p.	11,8 p.p.	11,1 p.p.	19,1 p.p.	18,7 p.p.	31,5 p.p.	
Credibilidade do operador	10,1%	7,3%	17,3%	19,6%		51,6%		64	44	65	16		7		6,2 p.p.	7,9 p.p.	8,5 p.p.	16,3 p.p.		32,0 p.p.	
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	37,0%	39,9%	39,6%	48,7%	3,7%	93,4%	100,0%	64	44	65	16	6	7	1	10,7 p.p.	12,2 p.p.	10,7 p.p.	22,1 p.p.	23,7 p.p.	14,9 p.p.	44,2 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Rt	13,5%	14,6%	29,1%	40,2%		29,5%		64	44	65	16		7		6,6 p.p.	8,2 p.p.	10,0 p.p.	21,0 p.p.	15,5 p.p.	30,5 p.p.	44,2 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	33,5%	40,3%	46,4%	48,5%	30,6%	72,9%	100,0%	64	44	65	16	6	7	1	10,4 p.p.	12,3 p.p.	11,1 p.p.	22,3 p.p.	31,5 p.p.	27,3 p.p.	44,2 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fic	27,0%	37,8%	32,0%	50,4%		11,7%		64	44	65	16		7		10,4 p.p.	12,1 p.p.	10,1 p.p.	22,3 p.p.	15,5 p.p.	24,7 p.p.	
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	10,2%	35,1%	22,3%	34,1%		29,5%		64	44	65	16		7		7,7 p.p.	11,1 p.p.	8,9 p.p.	20,0 p.p.	16,1 p.p.	32,2 p.p.	
Alternativas na concorrência	27,5%	16,0%	15,1%	25,9%	23,0%	29,5%		64	44	65	16	6	7		8,6 p.p.	9,3 p.p.	8,1 p.p.	18,2 p.p.	25,5 p.p.	32,2 p.p.	
Preço de chamadas de apoio ao cliente	25,9%	31,4%	34,5%	30,0%		53,9%		64	44	65	16	6	7		8,7 p.p.	11,4 p.p.	10,2 p.p.	18,2 p.p.	31,4 p.p.	32,6 p.p.	
Relação qualidade/preço	27,0%	18,4%	33,1%	38,9%	49,9%	29,5%		64	44	65	16	6	7		9,2 p.p.	10,7 p.p.	10,4 p.p.	20,8 p.p.	32,1 p.p.	30,5 p.p.	
Outros		0,7%		2,6%					44	65	16				3,5 p.p.	1,7 p.p.	3,7 p.p.	6,4 p.p.			
NS/NR	3,3%		2,8%					64		65					3,7 p.p.		3,4 p.p.				
Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado																					
Voz:																					
1 - 5	9,9%	6,4%	9,6%	6,0%	10,5%	8,1%	100,0%	297	186	347	76	22	31	1	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	7,1 p.p.	7,2 p.p.	18,0 p.p.
6 - 8	58,9%	71,6%	61,8%	63,0%	79,3%	70,3%		297	186	347	76	22	31		4,2 p.p.	5,1 p.p.	3,7 p.p.	8,4 p.p.	13,4 p.p.	12,8 p.p.	39,8 p.p.
9 - 10	31,2%	22,0%	28,6%	31,0%	10,3%	21,7%		297	186	347	76	22	31		4,0 p.p.	4,9 p.p.	3,4 p.p.	7,5 p.p.	12,5 p.p.	11,9 p.p.	39,2 p.p.
média	7,7	7,5	7,7	7,9	7,3	7,7	4,0	304	189	360	76	22	31	1	0,2	0,2	0,2	0,4	0,5	0,4	0,9
Vídeo:																					
1 - 5	11,1%	7,1%	10,9%	1,7%	4,1%			189	144	256	54	17			2,6 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	8,5 p.p.		
6 - 8	64,0%	74,0%	67,4%	68,1%	73,0%	70,3%		189	144	256	54	17	27		4,7 p.p.	5,3 p.p.	3,9 p.p.	9,7 p.p.	13,4 p.p.	13,9 p.p.	31,7 p.p.
9 - 10	25,0%	18,9%	21,7%	30,2%	22,9%	29,7%		189	144	256	54	17	27		4,4 p.p.	5,0 p.p.	3,5 p.p.	8,9 p.p.	11,6 p.p.	13,9 p.p.	31,7 p.p.
média	7,5	7,4	7,5	7,9	7,9	8,3		191	145	263	54	17	28		0,2	0,2	0,2	0,5	0,5	0,3	0,5
Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
1 - 5	3,9%	2,2%	1,6%	0,4%	2,5%	37,1%		435	277	526	96	37	5		1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,0 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	16,2 p.p.
6 - 8	49,7%	48,0%	49,3%	50,1%	48,2%	55,1%		435	277	526	96	37	48	5	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	26,4 p.p.
9 - 10	46,4%	48,5%	48,3%	49,5%	49,3%	44,8%		435	277	526	96	37	48	5	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	27,9 p.p.
média	8,3	8,2	8,4	8,3	8,3	8,5	7,3	435	277	526	96	37	48	5	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4	0,3	1,2
Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado																					
1 - 5	4,5%	2,4%	3,2%	2,6%	9,3%	77,3%		413	286	522	99		39	2	1,1 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	2,3 p.p.		5,3 p.p.	22,0 p.p.
6 - 8	47,4%	53,1%	55,1%	48,3%	44,0%	67,9%	22,7%	413	286	522	99	30	39	2	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,6 p.p.	28,9 p.p.
9 - 10	48,1%	44,5%	41,6%	49,2%	56,0%	22,8%		413	286	522	99	30	39		3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,3 p.p.	24,8 p.p.
média	8,3	8,2	8,1	8,2	8,5	7,8	5,7	413	286	522	99	30	39	2	0,1	0,2	0,1	0,3	0,3	0,4	1,1
Satisfação com a rde social mais utilizada																					
1 - 5	5,6%	5,5%	5,3%	3,6%</																	

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
1 - 5	3,1%	1,4%	2,9%	1,1%	1,3%	9,3%	83,9%	319	197	401	66	19	28	2	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	3,8 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	18,4 p.p.
6 - 8	55,7%	57,8%	52,1%	62,0%	50,6%	53,8%		319	197	401	66	19	28		3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,5 p.p.	8,7 p.p.	13,0 p.p.	13,7 p.p.	27,0 p.p.
9 - 10	41,1%	40,7%	44,0%	36,9%	48,1%	36,8%	16,1%	319	197	401	66	19	28	2	3,7 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,5 p.p.	13,0 p.p.	13,6 p.p.	29,6 p.p.
média	8,2	8,1	8,2	8,2	8,7	8,1	5,6	319	197	401	66	19	28	2	0,1	0,1	0,1	0,3	0,5	0,5	1,0
Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																					
1 - 5	0,9%	0,1%	2,8%	2,0%	3,8%			437	289	482	86	29			0,4 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	5,3 p.p.	
6 - 8	30,8%	42,4%	36,6%	38,9%	32,0%	29,3%	83,8%	437	289	482	86	29	24	5	3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,9 p.p.	7,4 p.p.	11,6 p.p.	11,8 p.p.	26,5 p.p.
9 - 10	67,9%	57,4%	60,6%	59,1%	64,2%	70,7%	16,2%	437	289	482	86	29	24	5	3,0 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	11,6 p.p.	12,2 p.p.	26,5 p.p.
média	8,8	8,7	8,6	8,7	8,4	9,1	8,2	437	289	482	86	29	24	5	0,1	0,1	0,1	0,2	0,6	0,4	0,4
Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado																					
Voz:																					
Quebras de ligação	76,7%	59,5%	27,1%	40,6%	100,0%			23	16	31	5	2			15,1 p.p.	17,5 p.p.	12,4 p.p.	25,2 p.p.	45,1 p.p.	29,6 p.p.	
Qualidade do serviço	2,4%	33,1%	2,5%	30,1%	71,1%	79,1%	100,0%	23	16	31	5	2	3	1	6,5 p.p.	14,1 p.p.	5,8 p.p.	16,9 p.p.	56,0 p.p.	43,3 p.p.	0,0 p.p.
Delay na transmissão de dados	1,5%	17,6%	15,3%	8,4%				23	16	31	5				5,0 p.p.	10,8 p.p.	6,9 p.p.	9,3 p.p.			
Tamanho/ peso da aplicação		3,3%	1,1%						16	31					3,5 p.p.	7,3 p.p.	3,0 p.p.				
Outros motivos	14,7%		19,1%	50,9%				23		31	5				12,4 p.p.	9,8 p.p.	7,5 p.p.	21,4 p.p.		41,4 p.p.	
NS/NR	7,4%	6,6%	38,5%		20,9%			23	16	31			3		10,0 p.p.	11,6 p.p.	11,8 p.p.	13,2 p.p.	45,1 p.p.	27,6 p.p.	
Vídeo:																					
Quebras de ligação	75,1%	42,9%	42,6%		100,0%			18	14	25		1			16,0 p.p.	20,1 p.p.	13,8 p.p.	37,0 p.p.	44,1 p.p.		
Qualidade do serviço	15,3%	33,6%	44,2%	100,0%				18	14	25	2				13,1 p.p.	17,7 p.p.	12,6 p.p.	36,6 p.p.	44,1 p.p.		
Delay na transmissão de dados	2,2%	21,5%		55,5%				18	14		2				11,2 p.p.	15,0 p.p.	3,1 p.p.	36,0 p.p.			
Tamanho/ peso da aplicação			1,4%							25											
Outros motivos	9,7%	1,9%						18	14						8,3 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.				
NS/NR		17,8%	31,8%						14	25					5,5 p.p.	18,3 p.p.	12,1 p.p.	21,8 p.p.			
Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Quebras de ligação	33,0%	50,2%	42,4%	100,0%	100,0%			17	6	13	1	1			15,5 p.p.	18,4 p.p.	17,3 p.p.	28,6 p.p.	0,0 p.p.		
Qualidade do serviço	9,8%	7,8%	100,0%					17	6		1				7,8 p.p.	11,9 p.p.		18,1 p.p.			
Delay na transmissão de dados	4,8%		19,0%					17		13					5,5 p.p.	8,3 p.p.	13,3 p.p.				
Poucas funcionalidades	4,4%		4,0%					17		13					7,9 p.p.	8,3 p.p.	4,0 p.p.			0,0 p.p.	
Tamanho/ peso da aplicação	12,3%		5,4%					17		13					8,7 p.p.		4,6 p.p.				
Outros motivos	19,0%	36,3%	31,5%			100,0%		17	6	13				1	14,2 p.p.	21,0 p.p.	16,4 p.p.				0,0 p.p.
NS/NR	19,5%	5,7%	29,2%					17	6	13					16,8 p.p.	23,4 p.p.	16,4 p.p.	28,6 p.p.			
Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado																					
Quebras de ligação	52,6%	54,3%	15,4%			58,8%		14	8	20			4		18,8 p.p.	15,4 p.p.	12,0 p.p.			41,7 p.p.	61,1 p.p.
Qualidade do serviço	8,6%	7,3%	38,8%					14		20			4		10,0 p.p.	11,9 p.p.	8,5 p.p.			41,1 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios	2,5%	39,4%	11,8%			8,5%	100,0%	14	8	20			4	1	4,9 p.p.	19,5 p.p.	10,4 p.p.	56,5 p.p.		22,6 p.p.	61,1 p.p.
Pouco espaço de armazenamento																					32,0 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação	2,5%		4,3%					14		20					4,9 p.p.		3,7 p.p.				
Outros motivos	11,5%	6,2%	3,1%			32,6%		14	8	20			4		11,1 p.p.	4,9 p.p.	7,5 p.p.			39,1 p.p.	
NS/NR	24,1%		60,4%	100,0%				14		20	2				17,8 p.p.	17,7 p.p.	14,2 p.p.	56,5 p.p.			
Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada																					
Quebras de ligação	16,5%	8,5%	8,2%		4,1%			26	18	29		3			8,9 p.p.	10,8 p.p.	9,4 p.p.		17,4 p.p.	19,5 p.p.	
Qualidade do serviço	8,2%	14,1%	15,5%					26	18	29					5,6 p.p.	8,9 p.p.	6,4 p.p.			17,9 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios	8,2%	7,7%	10,2%		76,4%			26	18	29		3			9,0 p.p.	9,1 p.p.	8,3 p.p.		47,8 p.p.		
Política de privacidade	8,4%	19,0%	37,5%		19,5%	100,0%		26	18	29		3	2		10,8 p.p.	12,6 p.p.	10,3 p.p.		35,6 p.p.	25,6 p.p.	
Utilização do serviço por parte de outro	19,8%	2,5%	7,5%					26	18	29					11,2 p.p.	6,5 p.p.	8,4 p.p.	22,6 p.p.			
Outros motivos	9,9%		6,0%	28,9%				26		29	3				7,3 p.p.	4,7 p.p.	3,9 p.p.	30,4 p.p.	39,2 p.p.		
NS/NR	30,5%	53,2%	39,3%	71,1%				26	18	29	3				13,0 p.p.	17,0 p.p.	11,9 p.p.	35,2 p.p.		17,9 p.p.	
Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Quebras de ligação	11,5%		18,4%		100,0%		100,0%	6		13		1		1	16,5 p.p.	17,7 p.p.	16,2 p.p.		63,8 p.p.	48,6 p.p.	0,0 p.p.
Qualidade do serviço	4,8%		7,2%					6		13					8,3 p.p.	17,0 p.p.	8,7 p.p.				
Política de privacidade			12,5%							13								48,7 p.p.			
Capacidade de armazenamento	18,5%		7,0%					6		13					17,2 p.p.	12,3 p.p.	13,4 p.p.	48,7 p.p.			
Outros motivos	46,6%	13,6%	32,2%					6	4	13					23,1 p.p.	26,5 p.p.	18,2 p.p.		63,8 p.p.		
NS/NR	18,5%	86,4%	25,7%	100,0%		100,0%		6	4	13	2		2		25,0 p.p.	28,2 p.p.	17,1 p.p.	30,7 p.p.		48,6 p.p.	
Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																					
Quebras de ligação	49,6%							4							49,0 p.p.		11,1 p.p.			44,6 p.p.	
Qualidade do serviço/ Qualidade dos re	10,8%		22,3%					4		12					30,5 p.p.		16,9 p.p.			54,1 p.p.	
Política de privacidade	10,1%	100,0%			100,0%			4	1			1			29,6 p.p.	24,1 p.p.			0,0 p.p.		
Excesso de publicidade/ anúncios																					
Outros motivos	29,5%		4,4%					4		12					44,7 p.p.		9,0 p.p.				
NS/NR			73,2%	100,0%						12	2					24,1 p.p.	19,7 p.p.	0,0 p.p.		41,5 p.p.	
Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado																					
Voz e pago:																					
1 - 5	33,5%	16,0%						12	5						18,7 p.p.	20,6 p.p.					
6 - 8	30,1%	58,0%	54,6%	100,0%				12	5	12	5				19,6 p.p.	29,4 p.p.	22,5 p.p.	0,0 p.p.		0,0 p.p.	
9 - 10	36,4%	26,0%	45,4%		100,0%			12	5	12		1			17,9 p.p.	27,4 p.p.	22,5 p.p.		0,0 p.p.		0,0 p.p.
média	7,3	6,5	8,7	7,6	10,0			13,0	5,0	12,0	5,0	1,0			1,1	1,1	0,7	0,6	0,0	2,0	0,0

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Vídeo e pago:																					
1 - 5			4,3%					2	10												
6 - 8	31,6%	92,1%	74,7%	100,0%				6	2	10	2				23,6 p.p.	31,6 p.p.	10,0 p.p.		0,0 p.p.		0,0 p.p.
9 - 10	68,4%		21,0%		100,0%			6		10		1			24,4 p.p.	21,8 p.p.	17,2 p.p.		0,0 p.p.		
média	9,1	5,9	7,4	8,0	10,0			6,0	2,0	10,0	2,0	1,0			1,3	1,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Voz e gratuito:																					
1 - 5	8,8%	14,7%	6,2%	2,5%	12,6%	2,3%	100,0%	266	170	326	61	20	28	1	2,2 p.p.	3,2 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	8,2 p.p.	7,7 p.p.	23,8 p.p.
6 - 8	56,0%	61,6%	64,4%	58,4%	60,0%	66,0%		266	170	326	61	20	28		4,4 p.p.	5,4 p.p.	3,9 p.p.	9,5 p.p.	15,5 p.p.	14,2 p.p.	49,0 p.p.
9 - 10	35,2%	23,7%	29,4%	39,1%	27,4%	31,7%		266	170	326	61	20	28		4,3 p.p.	5,2 p.p.	3,8 p.p.	9,2 p.p.	15,4 p.p.	14,3 p.p.	48,5 p.p.
média	7,8	7,3	7,8	8,1	7,6	8,0	4,0	281,0	181,0	340,0	66,0	21,0	30,0	1,0	0,2	0,2	0,2	0,5	0,5	0,5	1,6
Vídeo e gratuito:																					
1 - 5	11,4%	5,6%	8,8%	7,5%	10,8%			176	134	238	48	15			2,8 p.p.	2,4 p.p.	2,5 p.p.	7,7 p.p.	11,0 p.p.	5,5 p.p.	
6 - 8	59,0%	66,4%	68,1%	52,2%	77,3%	69,0%		176	134	238	48	15	26		5,0 p.p.	5,8 p.p.	4,3 p.p.	10,8 p.p.	15,3 p.p.	14,8 p.p.	34,5 p.p.
9 - 10	29,6%	28,0%	23,0%	40,3%	11,9%	31,0%		176	134	238	48	15	26		4,7 p.p.	5,7 p.p.	4,1 p.p.	10,3 p.p.	13,2 p.p.	14,8 p.p.	34,5 p.p.
média	7,7	7,7	7,5	8,0	6,9	8,0		180,0	142,0	250,0	48,0	16,0	27,0		0,2	0,2	0,2	0,6	0,7	0,5	0,8
Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Pago:																					
1 - 5	5,3%	5,8%						9	6						11,5 p.p.	25,0 p.p.	11,5 p.p.				0,0 p.p.
6 - 8	43,8%	55,5%	31,9%	100,0%				9	6	13	5				19,5 p.p.	29,5 p.p.	21,3 p.p.	17,6 p.p.			
9 - 10	51,0%	38,7%	68,1%		100,0%	100,0%		9	6	13		2	1		19,5 p.p.	27,2 p.p.	20,8 p.p.	17,6 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	
média	8,2	7,9	8,8	7,8	10,0	9,0		9,0	6,0	13,0	5,0	3,0	1,0		0,9	1,6	0,8	0,3	0,0	0,0	0,0
Gratuito:																					
1 - 5	2,1%	1,4%	1,3%	0,4%	9,6%		37,1%	412	263	502	87	34		5	0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,9 p.p.	4,8 p.p.		18,6 p.p.
6 - 8	50,4%	45,8%	42,2%	47,3%	47,8%	55,0%	7,6%	412	263	502	87	34	46	5	3,4 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,0 p.p.	11,8 p.p.	8,8 p.p.
9 - 10	47,5%	52,8%	56,5%	52,3%	42,6%	45,0%	55,4%	412	263	502	87	34	46	5	3,4 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,2 p.p.	11,8 p.p.	20,2 p.p.
média	8,4	8,4	8,5	8,4	8,3	8,6	7,4	413,0	264,0	503,0	88,0	34,0	46,0	5,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,4	0,3	0,9
Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado																					
Pago:																					
1 - 5			18,1%							15							10,4 p.p.				
6 - 8	55,7%	100,0%	69,3%	77,3%		64,3%		12	6	15	2		2		20,9 p.p.	11,2 p.p.	17,7 p.p.	46,3 p.p.		66,4 p.p.	0,0 p.p.
9 - 10	44,3%		12,6%	22,7%		35,7%		12		15	2		2		20,9 p.p.	11,2 p.p.	16,5 p.p.	46,3 p.p.	0,0 p.p.	66,4 p.p.	
média	8,4	7,2	7,3	8,5		8,4		12,0	6,0	15,0	2,0		2,0		0,4	0,5	0,5	1,3	0,0	0,9	0,0
Gratuito:																					
1 - 5	3,3%	1,8%	4,3%	2,8%	2,6%	6,5%	77,3%	393	273	496	92	30	35	2	1,0 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,8 p.p.	2,3 p.p.	5,1 p.p.	20,5 p.p.
6 - 8	48,2%	46,3%	49,8%	50,7%	49,2%	72,5%		393	273	496	92	30	35		3,4 p.p.	4,1 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	11,8 p.p.	30,0 p.p.
9 - 10	48,4%	51,9%	45,9%	46,6%	48,3%	21,1%	22,7%	393	273	496	92	30	35	2	3,4 p.p.	4,1 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,3 p.p.	11,5 p.p.	26,8 p.p.
média	8,3	8,4	8,3	8,3	8,5	7,9	5,9	396,0	275,0	497,0	92,0	30,0	35,0	2,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,3	1,1
Qualidade apercebida da rede social mais utilizada																					
Pago:																					
1 - 5		26,9%	3,1%						7	9					17,2 p.p.	26,7 p.p.	14,0 p.p.				
6 - 8	94,5%	68,6%	93,9%	100,0%				7	7	9	3				18,7 p.p.	27,8 p.p.	16,3 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		
9 - 10	5,5%	4,5%	3,0%					7	7	9					8,5 p.p.	14,8 p.p.	9,4 p.p.				
média	7,1	6,4	7,8	7,5				7,0	7,0	9,0	3,0				1,3	1,0	0,8	0,8	0,0	0,0	0,0
Gratuito:																					
1 - 5	2,3%	3,4%	4,1%	0,5%		73,7%	51,3%	419	275	461	74				0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,8 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	
6 - 8	49,3%	51,6%	51,3%	45,9%		73,7%	51,3%	419	275	461	74	24	22	2	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,9 p.p.	12,9 p.p.	25,6 p.p.
9 - 10	48,4%	45,0%	44,6%	53,6%	26,3%	48,7%		419	275	461	74	24	22		3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,2 p.p.	7,7 p.p.	11,9 p.p.	13,0 p.p.	25,6 p.p.
média	8,3	8,2	8,2	8,6	8,1	8,4	7,6	420,0	276,0	462,0	74,0	24,0	22,0	2,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,5	0,3	0,6
Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Pago:																					
1 - 5				100,0%		100,0%									11,5 p.p.		14,0 p.p.			48,1 p.p.	
6 - 8	63,8%	83,9%	39,7%	100,0%		100,0%		13	2	13	3		1		18,2 p.p.	31,7 p.p.	18,9 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		48,1 p.p.
9 - 10	36,2%	16,1%	60,3%					13	2	13					19,1 p.p.	31,7 p.p.	20,6 p.p.				0,0 p.p.
média	8,5	7,3	8,7	7,9		8,0		13,0	2,0	13,0	3,0		1,0		1,3	1,0	1,3	0,3	0,0	1,7	0,0
Gratuito:																					
1 - 5	2,4%	1,4%	1,9%	0,7%			83,9%	298	192	373	63			2	1,0 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.			19,9 p.p.
6 - 8	50,2%	54,3%	54,1%	61,1%	18,5%	53,4%		298	192	373	63	19	25		3,8 p.p.	4,8 p.p.	3,6 p.p.	9,0 p.p.	12,8 p.p.	14,9 p.p.	29,0 p.p.
9 - 10	47,4%	44,3%	44,0%	38,2%	81,5%	46,6%	16,1%	298	192	373	63	19	25	2	3,8 p.p.	4,8 p.p.	3,6 p.p.	8,9 p.p.	12,8 p.p.	14,9 p.p.	31,6 p.p.
média	8,4	8,3	8,3	8,3	9,1	8,6	5,6	298,0	194,0	377,0	63,0	19,0	25,0	2,0	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4	0,4	1,3
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado																					
Sim	48,3%	58,0%	47,1%	54,1%	49,0%	56,7%	100,0%	342	218	416	84	27	36	1	3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,2 p.p.	12,9 p.p.	12,3 p.p.	34,6 p.p.
Não	51,7%	42,0%	52,9%	45,9%	51,0%	43,3%		342	218	416	84	27	36		3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,2 p.p.	12,9 p.p.	12,3 p.p.	34,6 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	18,9%	13,5%	20,8%	22,0%	12,6%	19,5%		177	112	208	44	14	17		4,7 p.p.	5,0 p.p.	4,1 p.p.	8,8 p.p.	11,8 p.p.	12,4 p.p.	29,3 p.p.
Operador de Internet	41,8%	42,4%	35,3%	30,8%	16,6%	42,3%		177	112	208	44	14	17		5,3 p.p.	6,5 p.p.	4,6 p.p.	9,2 p.p.	18,0 p.p.	17,3 p.p.	34,1 p.p.
Operador de Internet e serviço	37,4%	41,6%	41,0%	45,0%	66,8%	38,2%	100,0%	177	112	208	44	14	17	1	5,4 p.p.	6,4 p.p.	4,8 p.p.	11,0 p.p.	17,6 p.p.	16,6 p.p.	39,2 p.p.
Dispositivo utilizado	0,3%	0,7%	1,6%	1,1%				177	112	208	44				0,7 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.			
Outros	0,4%	1,8%	0,9%	1,1%	4,0%			177	112	208	44	14			1,1 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	10,2 p.p.		
NS/NR	1,3%		0,4%					177		208					1,3 p.p.		0,6 p.p.				
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																					
Sim	38,9%	43,2%	36,2%	33,8%	42,2%	39,4%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	10,9 p.p.	11,5 p.p.	25,3 p.p.
Não	61,1%	56,8%	63,8%	66,2%	57,8%	60,6%	62,9%	435	277	526	96	37	48	5	3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	10,9 p.p.	11,5 p.p.	25,3 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	14,7%	18,5%	19,2%	8,2%	3,9%	17,1%		174	100	188	31	18	19		4,0 p.p.	6,0 p.p.	4,3 p.p.	10,4 p.p.	8,1 p.p.	15,1 p.p.	
Operador de Internet	36,6%	40,4%	35,0%	33,2%	53,8%	55,2%	100,0%	174	100	188	31	18	19	1	5,4 p.p.	6,9 p.p.	4,9 p.p.	11,0 p.p.	16,3 p.p.	17,3 p.p.	64,8 p.p.
Operador de Internet e serviço	47,5%	40,7%	42,0%	57,0%	39,2%	27,7%		174	100	188	31	18	19		5,4 p.p.	6,9 p.p.	5,2 p.p.	12,4 p.p.	15,3 p.p.	14,8 p.p.	64,8 p.p.
Dispositivo utilizado	1,3%	0,4%	3,6%	1,5%				174	100	188	31				1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.			
Outros					3,1%							18							13,5 p.p.		
NS/NR			0,3%							188								0,4 p.p.			
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado																					
Sim	51,8%	55,4%	52,8%	58,9%	65,5%	55,0%	77,3%	413	286	522	99	30	39	2	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,5 p.p.	11,5 p.p.	28,0 p.p.
Não	48,2%	44,6%	47,2%	41,1%	34,5%	45,0%	22,7%	413	286	522	99	30	39	2	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,3 p.p.	11,5 p.p.	11,5 p.p.	28,0 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	7,9%	4,8%	11,8%	5,3%	14,9%			213	153	273	61	18			3,2 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	5,6 p.p.	9,4 p.p.	7,8 p.p.	17,7 p.p.
Operador de Internet	52,5%	62,4%	53,7%	50,7%	52,9%	37,2%	100,0%	213	153	273	61	18	20	1	4,8 p.p.	5,5 p.p.	4,4 p.p.	10,0 p.p.	15,7 p.p.	15,0 p.p.	30,9 p.p.
Operador de Internet e serviço	36,3%	30,6%	33,3%	42,8%	30,3%	61,6%		213	153	273	61	18	20		4,6 p.p.	5,1 p.p.	4,3 p.p.	9,9 p.p.	14,5 p.p.	14,6 p.p.	26,9 p.p.
Dispositivo utilizado	2,0%	2,2%	0,7%	1,2%	1,9%	1,2%		213	153	273	61	18	20		1,2 p.p.	1,5 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	3,1 p.p.	2,2 p.p.	
Outros			0,1%							273					0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.		3,2 p.p.		
NS/NR	1,2%		0,3%					213		273					0,7 p.p.		0,4 p.p.				
Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada																					
Sim	53,7%	54,0%	55,6%	47,6%	59,6%	49,2%		434	284	479	77	25	23		3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,9 p.p.	12,8 p.p.	31,1 p.p.
Não	46,3%	46,0%	44,4%	52,4%	40,4%	50,8%	100,0%	434	284	479	77	25	23	2	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	11,9 p.p.	12,8 p.p.	31,1 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	16,9%	19,6%	12,7%	7,2%	6,6%			239	161	272	42	14			3,6 p.p.	4,9 p.p.	3,2 p.p.	5,4 p.p.	8,2 p.p.	10,0 p.p.	38,6 p.p.
Operador de Internet	42,2%	42,2%	40,4%	30,2%	45,1%	90,9%		239	161	272	42	14	11		4,5 p.p.	5,6 p.p.	4,2 p.p.	10,4 p.p.	18,4 p.p.	16,5 p.p.	43,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	38,9%	35,8%	44,5%	61,6%	48,2%	9,1%		239	161	272	42	14	11		4,5 p.p.	5,3 p.p.	4,4 p.p.	10,3 p.p.	18,5 p.p.	14,8 p.p.	41,3 p.p.
Dispositivo utilizado	2,1%	2,4%	1,6%	1,1%				239	161	272	42				1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.			
Outros			0,8%							272					0,2 p.p.		0,9 p.p.				
NS/NR																0,9 p.p.					
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																					
Sim	25,9%	25,8%	18,2%	31,2%	3,1%	28,5%	83,9%	319	197	401	66	19	28	2	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.	8,0 p.p.	7,6 p.p.	12,4 p.p.	18,4 p.p.
Não	74,1%	74,2%	81,8%	68,8%	96,9%	71,5%	16,1%	319	197	401	66	19	28	2	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.	8,0 p.p.	7,6 p.p.	12,4 p.p.	18,4 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	4,9%	16,5%	13,6%	11,0%				73	48	78	19				6,3 p.p.	8,7 p.p.	5,9 p.p.	12,0 p.p.	18,6 p.p.	11,5 p.p.	
Operador de Internet	30,5%	51,5%	44,6%	57,8%	100,0%	72,0%	100,0%	73	48	78	19	2	8	1	7,9 p.p.	10,6 p.p.	7,9 p.p.	17,5 p.p.	31,6 p.p.	21,5 p.p.	0,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	63,5%	32,0%	41,1%	31,3%		28,0%		73	48	78	19		8		8,3 p.p.	9,3 p.p.	7,9 p.p.	17,4 p.p.	32,6 p.p.	19,7 p.p.	
Dispositivo utilizado	0,6%		0,7%					73		78					1,0 p.p.		0,9 p.p.				
Outros	0,4%							73							0,8 p.p.						
NS/NR																1,7 p.p.					
Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																					
Sim	32,0%	29,3%	37,5%	40,0%	36,6%	32,8%	7,8%	437	289	482	86	29	24	5	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	10,4 p.p.	12,6 p.p.	16,0 p.p.
Não	68,0%	70,7%	62,5%	60,0%	63,4%	67,2%	92,2%	437	289	482	86	29	24	5	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,9 p.p.	7,5 p.p.	10,4 p.p.	12,6 p.p.	16,0 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas																					
Serviço	4,6%	3,7%	4,5%	6,5%	5,6%			145	99	168	32	9			2,9 p.p.	3,9 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	10,2 p.p.		
Operador de Internet	57,7%	67,3%	60,0%	69,2%	24,9%	56,7%	100,0%	145	99	168	32	9	7	1	5,6 p.p.	6,7 p.p.	5,3 p.p.	11,6 p.p.	18,8 p.p.	19,7 p.p.	55,3 p.p.
Operador de Internet e serviço	36,2%	27,1%	31,4%	23,0%	57,7%	43,3%		145	99	168	32	9	7		5,4 p.p.	6,1 p.p.	5,1 p.p.	10,7 p.p.	21,3 p.p.	19,7 p.p.	55,3 p.p.
Dispositivo utilizado	1,5%	1,9%	3,9%	1,3%	2,3%			145	99	168	32	9			1,3 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.	2,1 p.p.			
Outros			0,2%		9,5%					168		9			0,2 p.p.		0,5 p.p.		14,4 p.p.		
NS/NR																					

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	106.635.327	51.455.291	97.032.773	27.549.688	10.965.566	19.245.878	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1258589	766678	1139287	272350	123300	190704	1489	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	84,7	67,1	85,2	101,2	88,9	100,9	-	342	218	416	84	27	36	1	12,7	12,0	14,3	45,6	35,7	53,5	48,1
Consumo Presente:																					
Min.	119.916.033	55.149.686	104.082.062	29.816.932	8.632.558	19.119.383	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1259911	767896	1140231	272740	123300	190889	1504	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	95,2	71,8	91,3	109,3	70,0	100,2	-	342	218	416	84	27	36	1	11,7	10,8	13,0	38,3	25,4	48,5	47,0
Consumo Futuro:																					
Min.	129.170.014	62.226.975	108.980.270	29.681.543	8.758.971	20.364.277	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1261234	769116	1141175	273131	123300	191074	1519	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	102,4	80,9	95,5	108,7	71,0	106,6	-	342	218	416	84	27	36	1	12,8	12,8	13,5	42,8	25,3	50,3	44,2
Evolução Passado-Presente	12%	7%	7%	8%	-21%	-1%	-								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	8%	13%	5%	0%	1%	7%	-								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	161.257.537	103.108.472	222.487.555	28.134.685	13.486.079	14.260.291	4.701.250	435	277	526	96	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1420847	886390	1324070	289120	184347	204010	17338	435	277	526	96	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	113,5	116,3	168,0	97,3	73,2	69,9	271,1	435	277	526	96	37	48	5	12,9	15,6	38,5	24,1	37,2	39,3	232,7

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Consumo Presente:																					
Min.	176.055.746	120.711.369	176.192.488	32.300.160	13.059.334	15.011.268	4.727.392	435	277	526	96	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1421341	887018	1324535	289308	184436	204209	17351	435	277	526	96	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	123,9	136,1	133,0	111,6	70,8	73,5	272,4	435	277	526	96	37	48	5	13,9	18,7	15,0	26,0	36,9	39,5	273,5
Consumo Futuro:																					
Min.	186.788.426	124.330.212	183.707.276	32.712.062	16.815.523	16.626.135	4.741.260	435	277	526	96	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1421835	887646	1325001	289497	184525	204407	17365	435	277	526	96	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	131,4	140,1	138,6	113,0	91,1	81,3	273,0	435	277	526	96	37	48	5	14,9	19,3	15,4	25,2	47,6	46,5	231,6
Evolução Passado-Presente	9%	17%	-21%	15%	-3%	5%	1%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	6%	3%	4%	1%	29%	11%	0%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	134.659.364	62.804.240	105.535.263	29.890.061	7.010.866	10.839.505	1.788.040	413	286	522	99	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1395685	919831	1297583	364374	118359	193152	9067	413	286	522	99	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	96,5	68,3	81,3	82,0	59,2	56,1	197,2	413	286	522	99	30	39	2	10,2	13,6	9,5	36,4	54,7	42,6	80,8
Consumo Presente:																					
Min.	148.311.664	72.397.507	113.574.639	33.398.866	7.590.464	11.636.534	1.805.154	413	286	522	99	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1396250	920225	1298153	364709	118404	193152	9067	413	286	522	99	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	106,2	78,7	87,5	91,6	64,1	60,2	199,1	413	286	522	99	30	39	2	10,0	13,4	9,8	26,2	55,3	46,1	81,5
Consumo Futuro:																					
Min.	164.380.452	77.420.154	125.207.816	36.911.085	8.212.874	11.571.040	1.828.685	413	286	522	99	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1396815	920620	1298723	365044	118449	193152	9067	413	286	522	99	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	117,7	84,1	96,4	101,1	69,3	59,9	201,7	413	286	522	99	30	39	2	11,4	15,0	10,6	27,9	52,6	56,3	80,0
Evolução Passado-Presente	10%	15%	8%	12%	8%	7%	1%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	11%	7%	10%	11%	8%	-1%	1%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	213.440.844	112.664.627	201.391.239	72.313.165	17.222.609	17.647.644	7.199.024	434	284	479	77	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1507365	939004	1387379	297989	189786	192090	36924	434	284	479	77	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	141,6	120,0	145,2	242,7	90,7	91,9	195,0	434	284	479	77	25	23	2	20,9	35,6	16,1	270,3	87,3	54,6	64,6
Consumo Presente:																					
Min.	225.512.831	118.009.933	209.584.764	72.421.740	17.058.638	19.549.161	8.035.650	434	284	479	77	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1507577	939282	1387674	298147	189774	192287	36924	434	284	479	77	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	149,6	125,6	151,0	242,9	89,9	101,7	217,6	434	284	479	77	25	23	2	18,8	20,3	15,5	52,0	50,6	54,6	78,9
Consumo Futuro:																					
Min.	223.274.544	120.745.872	215.178.926	77.240.561	22.257.898	22.096.785	8.035.650	434	284	479	77	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1507790	939561	1387969	298306	189761	192484	36924	434	284	479	77	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	148,1	128,5	155,0	258,9	117,3	114,8	217,6	434	284	479	77	25	23	2	18,4	20,4	15,3	51,7	64,7	58,2	86,3
Evolução Passado-Presente	6%	5%	4%	0%	-1%	11%	12%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	-1%	2%	3%	7%	30%	13%	0%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	68.297.561	35.892.704	47.834.918	12.145.624	16.418.569	4.967.626	1.951.126	319	197	401	66	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1056106	646461	965580	224690	79145	129969	8913	319	197	401	66	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	64,7	55,5	49,5	54,1	207,4	38,2	218,9	319	197	401	66	19	28	2	18,3	12,0	16,6	9,5	112,7	36,1	102,0
Consumo Presente:																					
Min.	60.168.709	36.503.056	49.873.933	13.360.912	4.185.904	5.882.893	1.946.514	319	197	401	66	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1056872	646919	966194	224720	79311	129949	8913	319	197	401	66	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	56,9	56,4	51,6	59,5	52,8	45,3	218,4	319	197	401	66	19	28	2	9,9	11,0	8,2	10,0	73,7	36,0	116,4
Consumo Futuro:																					
Min.	71.296.674	38.922.338	57.475.782	15.567.406	4.378.476	6.364.252	1.950.896	319	197	401	66	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1057640	647377	966809	224751	79477	129929	8913	319	197	401	66	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	67,4	60,1	59,4	69,3	55,1	49,0	218,9	319	197	401	66	19	28	2	12,2	11,2	8,5	12,7	82,6	37,3	95,2
Evolução Passado-Presente	-12%	2%	4%	10%	-7%	18%	0%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	18%	7%	15%	17%	5%	8%	0%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (passado, presente e futuro)																					
Consumo Passado:																					
Min.	185.764.706	100.454.242	179.572.448	48.373.581	13.506.052	17.722.938	9.542.668	437	289	482	86	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1548845	979705	1481320	331478	204796	179925	36757	437	289	482	86	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	119,9	102,5	121,2	145,9	65,9	98,5	259,6	437	289	482	86	29	24	5	16,8	43,1	19,0	35,1	24,1	26,1	95,5
Consumo Presente:																					
Min.	175.459.179	96.503.374	177.529.106	48.780.916	14.432.565	18.125.891	9.567.546	437	289	482	86	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1549130	979768	1481921	331694	205123	180056	36757	437	289	482	86	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	113,3	98,5	119,8	147,1	70,4	100,7	260,3	437	289	482	86	29	24	5	16,0	14,7	14,8	33,6	25,5	26,8	94,2
Consumo Futuro:																					
Min.	192.216.866	105.027.554	193.560.146	56.987.666	15.494.070	19.162.083	9.645.226	437	289	482	86	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	1549415	979831	1482521	331911	205450	180188	36757	437	289	482	86	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Média	124,1	107,2	130,6	171,7	75,4	106,3	262,4	437	289	482	86	29	24	5	16,6	15,9	15,0	38,0	32,2	26,0	93,2
Evolução Passado-Presente	-6%	-4%	-1%	1%	7%	2%	0%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	10%	9%	9%	17%	7%	6%	1%								1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	20,0	11,5	24,6	26,5	14,7	27,6	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	75,2	60,3	66,7	82,8	55,3	72,6	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	33,7	29,7	34,8	31,2	16,8	25,3	37,9	435	277	526	96	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	90,2	106,4	98,2	80,5	54,0	48,2	234,6	435	277	526	96	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	21,7	15,6	20,3	22,8	4,7	16,5	97,0	413	286	522	99	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	84,6	63,0	67,2	68,7	59,4	43,7	102,1	413	286	522	99	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	34,7	26,1	43,1	60,5	27,7	47,0	0,0	434	284	479	77	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	114,9	99,5	107,9	182,4	62,2	54,7	217,6	434	284	479	77	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	13,4	13,3	11,8	12,6	20,9	12,6	68,7	319	197	401	66	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	43,5	43,1	39,9	46,8	31,9	32,6	149,7	319	197	401	66	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	28,3	20,3	30,8	38,9	20,7	38,3	1,1	437	289	482	86	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	85,0	78,2	89,0	108,2	49,6	62,4	259,2	437	289	482	86	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	25.184.888	8.819.893	28.053.088	7.235.286	1.815.116	5.260.573	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	94.731.145	46.329.793	76.028.973	22.581.646	6.817.442	13.858.810	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	47.913.821	26.325.567	46.140.261	9.013.229	3.091.053	5.169.995	657.025	435	277	526	84	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	128.141.925	94.385.862	130.052.228	23.286.931	9.968.281	9.841.272	4.070.367	435	277	526	84	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	30.232.019	14.385.392	26.317.687	8.326.671	556.745	3.188.469	879.193	413	286	522	84	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	118.079.645	58.012.115	87.256.952	25.072.194	7.033.718	8.448.065	925.961	413	286	522	84	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	52.239.414	24.546.506	59.858.975	18.041.401	5.253.656	9.040.494	-	434	284	479	84	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	173.273.417	93.463.427	149.725.789	54.380.339	11.804.982	10.508.667	8.035.650	434	284	479	84	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	14.194.735	8.598.462	11.353.080	2.834.199	1.655.543	1.641.938	612.424	319	197	401	84	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	45.973.974	27.904.594	38.520.853	10.526.713	2.530.361	4.240.955	1.334.090	319	197	401	84	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	43.797.685	19.913.559	45.678.776	12.890.682	4.255.078	6.892.692	40.066	437	289	482	84	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	131.661.493	76.589.816	131.850.330	35.890.234	10.177.487	11.233.200	9.527.480	437	289	482	84	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	21,5	12,9	25,7	26,4	14,9	29,3	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	80,9	68,0	69,8	82,3	56,1	77,3	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	35,8	30,5	36,3	31,5	21,6	28,0	37,9	435	277	526	84	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	95,6	109,5	102,3	81,5	69,6	53,3	235,1	435	277	526	84	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	24,0	16,7	22,3	25,2	5,1	16,4	98,2	413	286	522	84	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	93,7	67,4	74,1	75,9	64,3	43,5	103,5	413	286	522	84	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	34,3	26,7	44,3	64,5	36,1	53,1	0,0	434	284	479	84	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	113,8	101,8	110,8	194,4	81,2	61,7	217,6	434	284	479	84	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	15,9	14,2	13,5	14,7	21,8	13,7	68,9	319	197	401	84	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	51,5	46,0	45,9	54,6	33,3	35,3	150,0	319	197	401	84	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	31,0	22,1	33,6	45,4	22,2	40,4	1,1	437	289	482	84	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	93,1	85,1	97,0	126,3	53,2	65,9	261,3	437	289	482	84	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)																					
VoIP - Internet móvel	27.128.419	9.951.739	29.373.295	7.202.433	1.841.696	5.603.097	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	102.041.595	52.275.237	79.606.975	22.479.110	6.917.275	14.761.180	-	342	218	416	84	27	36	1	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	50.834.735	27.114.790	48.108.190	9.128.169	3.980.117	5.726.168	658.953	435	277	526	84	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	135.953.691	97.215.423	135.599.086	23.583.894	12.835.406	10.899.967	4.082.308	435	277	526	84	37	48	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	33.507.499	15.383.392	29.013.344	9.202.303	602.398	3.170.523	890.654	413	286	522	84	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	130.872.953	62.036.761	96.194.472	27.708.782	7.610.476	8.400.516	938.031	413	286	522	84	30	39	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	51.720.921	25.115.592	61.456.709	19.241.846	6.854.905	10.218.641	-	434	284	479	84	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	171.553.623	95.630.280	153.722.217	57.998.716	15.402.993	11.878.144	8.035.650	434	284	479	84	25	23	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	16.819.995	9.168.335	13.083.531	3.302.254	1.731.707	1.776.287	613.803	319	197	401	84	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	54.476.679	29.754.003	44.392.251	12.265.152	2.646.770	4.587.965	1.337.093	319	197	401	84	19	28	2	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	47.980.698	21.672.531	49.803.611	15.059.370	4.568.036	7.286.722	40.391	437	289	482	84	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Intern	144.236.168	83.355.023	143.756.535	41.928.296	10.926.034	11.875.361	9.604.834	437	289	482	84	29	24	5	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet																					
Acesso lento	74,1%	72,3%	60,5%	70,1%	70,7%	76,4%	50,0%	64	51	94	22	8	8	2	7,0 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	12,0 p.p.	25,3 p.p.	19,9 p.p.	43,5 p.p.
Quebras/ interrupções	52,6%	45,8%	65,7%	84,0%	26,0%	32,9%	100,0%	64	51	94	22	8	8	2	7,9 p.p.	9,0 p.p.	6,8 p.p.	13,2 p.p.	23,0 p.p.	20,0 p.p.	43,6 p.p.
Perdas de acesso	37,4%	36,9%	52,3%	54,9%	34,1%	61,3%	50,0%	64	51	94	22	8	8	2	7,5 p.p.	9,0 p.p.	7,0 p.p.	14,5 p.p.	24,2 p.p.	20,0 p.p.	43,5 p.p.
Dificuldade de upload e download	46,0%	55,2%	35,7%	35,2%	53,1%	31,8%	50,0%	64	51	94	22	8	8	2	7,7 p.p.	9,0 p.p.	6,6 p.p.	13,8 p.p.	26,1 p.p.	19,7 p.p.	40,8 p.p.
Cobertura do serviço fraca	34,9%	45,2%	42,6%	35,2%	71,4%	83,4%	50,0%	64	51	94	22	8	8	2	7,7 p.p.	8,9 p.p.	6,7 p.p.	14,5 p.p.	26,2 p.p.	20,0 p.p.	40,8 p.p.
Fraco apoio ao cliente	12,3%	11,5%	17,5%	15,1%		5,3%		64	51												

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
9.2.2 - Estudo do lado da Procura																					
Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP																					
Consumo atual - VoIP	22,1	21,2	20,2	20,0	33,1	17,2	5,0	342	218	416	84	27	36	1	2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	9,3 p.p.	6,6 p.p.	13,4 p.p.
Consumo atual - STF/STM	77,9	78,8	79,8	80,0	66,9	82,8	95,0	342	218	416	84	27	36	1	2,0 p.p.	2,7 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	9,3 p.p.	6,6 p.p.	13,4 p.p.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	11,3	11,0	10,0	10,0	17,5	7,9	0,5	342	218	416	84	27	36	1	3,4 p.p.	4,2 p.p.	2,9 p.p.	6,6 p.p.	14,3 p.p.	8,8 p.p.	13,8 p.p.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	88,7	89,0	90,0	89,4	82,5	92,1	99,5	342	218	416	84	27	36	1	3,4 p.p.	4,2 p.p.	2,9 p.p.	6,6 p.p.	14,3 p.p.	8,8 p.p.	13,8 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	7,6	7,6	7,1	6,9	10,7	6,2	0,5	342	218	416	84	27	36	1	2,8 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	5,4 p.p.	11,7 p.p.	7,8 p.p.	13,8 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	92,4	92,4	92,9	93,1	89,3	93,8	99,5	342	218	416	84	27	36	1	2,8 p.p.	3,5 p.p.	2,5 p.p.	5,4 p.p.	11,7 p.p.	7,8 p.p.	13,8 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	4,1	3,6	3,7	2,9	5,3	3,8	0,0	342	218	416	84	27	36	1	2,1 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	3,6 p.p.	8,5 p.p.	6,2 p.p.	#DIV/0!
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	95,9	96,4	96,3	97,1	94,7	96,2	100,0	342	218	416	84	27	36	1	2,1 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	3,6 p.p.	8,5 p.p.	6,2 p.p.	#DIV/0!
Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas																					
Consumo atual - mensagens instantâneas	30,5	34,1	35,5	35,8	35,2	35,5	43,5	277	526	96	37	48	5	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.	13,6 p.p.	
Consumo atual - STM	69,5	65,9	64,5	64,2	68,4	73,7	64,8	435	277	526	96	37	48	5	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.	13,6 p.p.
Metade do preço de STM - Mensagens i	16,6	18,6	19,5	21,6	19,4	11,7	15,6	435	277	526	96	37	48	5	3,5 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,2 p.p.	12,7 p.p.	9,1 p.p.	31,8 p.p.
Metade do preço de STM - STM	83,4	81,4	80,5	78,4	80,6	88,3	84,4	435	277	526	96	37	48	5	3,5 p.p.	4,6 p.p.	3,4 p.p.	8,2 p.p.	12,7 p.p.	9,1 p.p.	31,8 p.p.
Igual ao preço de STM - Mensagens inst	13,0	15,0	15,4	17,0	16,4	10,4	15,3	435	277	526	96	37	48	5	3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,5 p.p.	11,9 p.p.	8,6 p.p.	31,6 p.p.
Igual ao preço de STM - STM	87,0	85,0	84,6	83,0	83,6	89,6	84,7	435	277	526	96	37	48	5	3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,5 p.p.	11,9 p.p.	8,6 p.p.	31,6 p.p.
Dobro do preço de STM - Mensagens in:	7,1	7,9	7,8	7,3	11,3	6,2	14,0	435	277	526	96	37	48	5	2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	10,2 p.p.	6,8 p.p.	30,4 p.p.
Dobro do preço de STM - STM	92,9	92,1	92,2	92,7	88,7	93,8	86,0	435	277	526	96	37	48	5	2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	10,2 p.p.	6,8 p.p.	30,4 p.p.
Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual																					
Consumo atual - Audiovisual	24,3	22,8	23,8	26,7	20,8	21,0	43,3	413	286	522	99	30	39	2	1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,1 p.p.	10,6 p.p.	6,0 p.p.	12,2 p.p.
Consumo atual - TV	75,7	77,2	76,2	73,3	79,2	79,0	56,7	413	286	522	99	30	39	2	1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,1 p.p.	10,6 p.p.	6,0 p.p.	12,2 p.p.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisi	12,2	11,4	11,6	12,9	12,7	8,9	19,2	413	286	522	99	99	39	99	3,2 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	6,6 p.p.	8,9 p.p.	7,7 p.p.
Metade do preço de TV - TV	87,8	88,6	88,4	87,1	87,3	91,1	80,8	413	286	522	99	99	39	99	3,2 p.p.	3,7 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	6,6 p.p.	8,9 p.p.	7,7 p.p.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	9,2	8,6	8,3	10,0	8,8	6,3	19,2	413	286	522	99	99	39	99	2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	5,6 p.p.	7,6 p.p.	7,7 p.p.
Igual ao preço de TV - TV	90,8	91,4	91,7	90,0	91,2	93,7	80,8	413	286	522	99	99	39	99	2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	5,6 p.p.	7,6 p.p.	7,7 p.p.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisuiz	4,9	4,1	4,8	5,7	3,6	2,5	19,2	413	286	522	99	99	39	99	2,1 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	4,6 p.p.	3,7 p.p.	4,9 p.p.	7,7 p.p.
Dobro do preço de TV - TV	95,1	95,9	95,2	94,3	96,4	97,5	80,8	413	286	522	99	99	39	99	2,1 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	4,6 p.p.	3,7 p.p.	4,9 p.p.	7,7 p.p.
Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel																					
Preço	53,5%	50,8%	57,1%	57,3%	71,8%	50,8%		342	218	416	84	27	36		3,9 p.p.	4,8 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	13,0 p.p.	12,4 p.p.	21,7 p.p.
Segurança	16,1%	7,7%	11,8%	10,6%	10,3%	19,1%		342	218	416	84	27	36		2,8 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	9,5 p.p.	10,7 p.p.	31,4 p.p.
Qualidade do serviço	33,9%	24,5%	27,5%	43,4%	47,8%	41,8%		342	218	416	84	27	36		3,6 p.p.	4,3 p.p.	3,2 p.p.	7,9 p.p.	12,1 p.p.	12,2 p.p.	23,4 p.p.
Funcionalidades do serviço	42,5%	38,5%	35,9%	47,5%	51,4%	64,5%		342	218	416	84	27	36		3,9 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	8,1 p.p.	12,6 p.p.	12,4 p.p.	32,0 p.p.
Realização de chamadas em grupo	13,7%	11,7%	14,4%	8,1%	23,1%	10,1%		342	218	416	84	27	36		2,8 p.p.	3,5 p.p.	2,6 p.p.	4,6 p.p.	10,1 p.p.	9,3 p.p.	34,6 p.p.
Realização de videochamadas	32,9%	36,9%	34,1%	27,9%	56,5%	42,8%	100,0%	342	218	416	84	27	36	1	3,8 p.p.	4,7 p.p.	3,4 p.p.	7,8 p.p.	12,7 p.p.	12,4 p.p.	34,5 p.p.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	33,3%	27,0%	39,7%	48,6%	55,2%	59,3%		342	218	416	84	27	36		3,7 p.p.	4,5 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	12,9 p.p.	12,4 p.p.	30,2 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont	21,5%	21,7%	20,2%	29,2%	22,8%	36,3%		342	218	416	84	27	36		3,4 p.p.	4,1 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	9,9 p.p.	12,0 p.p.	30,2 p.p.
Outros	0,6%	0,3%	0,3%		0,8%			342	218	416					0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,2 p.p.				1,6 p.p.
NS/NR	3,2%	5,8%	8,7%		1,3%	0,8%		342	218	416					1,3 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.	2,3 p.p.	7,2 p.p.		2,8 p.p.
Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel																					
Preço	49,3%	52,3%	53,6%	56,5%	54,0%	41,9%	89,4%	435	277	526	96	37	48	5	3,3 p.p.	4,2 p.p.	3,1 p.p.	7,3 p.p.	11,0 p.p.	11,4 p.p.	25,9 p.p.
Segurança	13,9%	11,1%	12,6%	14,7%	16,4%	15,1%	74,1%	435	277	526	96	37	48	5	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	8,0 p.p.	8,0 p.p.	21,7 p.p.
Qualidade do serviço	34,3%	31,1%	31,9%	39,7%	28,0%	51,0%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	3,1 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,2 p.p.	11,4 p.p.	28,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	51,8%	50,0%	47,4%	54,7%	52,6%	62,2%	47,6%	435	277	526	96	37	48	5	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	27,4 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	27,8%	25,5%	30,2%	30,5%	29,3%	37,5%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,7 p.p.	6,0 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	19,7 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	21,1%	18,5%	25,3%	23,6%	25,6%	34,7%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	5,6 p.p.	9,4 p.p.	9,2 p.p.	19,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	23,9%	19,4%	22,3%	23,7%	14,8%	13,9%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	2,8 p.p.	3,7 p.p.	2,6 p.p.	5,8 p.p.	8,5 p.p.	7,4 p.p.	26,6 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont	36,1%	38,3%	37,1%	28,6%	42,3%	42,4%	84,7%	435	277	526	96	37	48	5	3,2 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	6,7 p.p.	11,0 p.p.	11,5 p.p.	25,9 p.p.
Outros	0,1%	0,3%	0,1%	0,5%				435	277	526	96				0,2 p.p.	0,7 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.			
NS/NR	2,9%	3,5%	3,8%	4,2%		2,1%		435	277	526	96				1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	3,7 p.p.	1,7 p.p.		3,4 p.p.
Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão																					
Preço	33,2%	39,6%	34,1%	29,7%	18,0%	42,8%		413	286	522	99	30	39		3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,9 p.p.	6,6 p.p.	10,6 p.p.	11,4 p.p.	28,9 p.p.
Segurança	16,9%	14,5%	9,8%	10,1%	13,2%	26,2%		413	286	522	99	30	39		2,3 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	8,3 p.p.	9,6 p.p.	15,7 p.p.
Qualidade do serviço	46,6%	46,9%	41,4%	47,4%	38,3%	54,0%		413	286	522	99	30	39		3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	11,4 p.p.	11,6 p.p.	25,9 p.p.
Funcionalidades do serviço	62,2%	62,3%	61,3%	69,0%	68,8%	72,9%	100,0%	413	286	522	99	30	39	2	3,2 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	11,1 p.p.	11,4 p.p.	28,2 p.p.
Outros	1,0%	0,3%	0,8%		0,7%			413	286	522					0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,5 p.p.				1,3 p.p.
NS/NR	4,3%	7,5%	9,8%	5,9%	5,6%	9,4%		413	286	522	99	30	39		1,5 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	5,5 p.p.	7,2 p.p.	
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas																					
Melhoria da qualidade das chamadas pr	39,9%	33,4%	34,3%	45,7%	43,2%	55,3%	100,0%	342	218	416	84	27	36	1	3,8 p.p.	4,5 p.p.	3,4 p.p.	8,2 p.p.	12,6 p.p.	12,4 p.p.	34,5 p.p.
Melhoria da qualidade dos serviços de In	28,8%	31,4%	29,4%	29,4%	36,1%	35,9%	100,0%	342	218	416	84	27	36	1	3,6 p.p.	4,4 p.p.	3,2 p.p.	7,8 p.p.	12,3 p.p.	11,9 p.p.	20,6 p.p.
Melhoria da qualidade dos serviços de In	31,5%	38,2%	33,1%	27,8%	41,8%	37,5%		342	218	416	84	27	36		3,7 p.p.	4,6 p.p.	3,3 p.p.	8,0 p.p.	12,4 p.p.	11,3 p.p	

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Frequência/ Média							Base Amostral							Margem de erro						
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens																					
Melhoria da qualidade das mensagens r	29,2%	31,2%	31,4%	29,4%	41,0%	43,2%	44,6%	435	277	526	96	37	48	5	3,0 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	10,8 p.p.	11,5 p.p.	25,9 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	24,1%	30,3%	24,2%	26,0%	28,3%	34,9%	81,7%	435	277	526	96	37	48	5	2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	9,7 p.p.	10,6 p.p.	21,5 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	31,4%	34,2%	36,9%	34,1%	33,6%	39,3%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	3,1 p.p.	4,2 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.	28,3 p.p.
Aumentar o número de funcionalidades	31,5%	17,9%	27,0%	37,2%	25,8%	41,9%	37,1%	435	277	526	96	37	48	5	3,0 p.p.	3,6 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	10,4 p.p.	11,1 p.p.	26,6 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	33,8%	33,3%	33,1%	29,5%	19,9%	35,3%	44,8%	435	277	526	96	37	48	5	3,2 p.p.	4,2 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	9,8 p.p.	10,8 p.p.	28,3 p.p.
Redução do preço do serviço de Interne	0,8%	0,3%	0,6%	1,4%				435	277	526	96				0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.			
Os serviços IM passarem a ser de tráfeg	0,1%	0,1%	0,3%					435	277	526					0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.				
Outros	0,1%	0,9%	1,4%		1,9%	1,4%		435	277	526		37	48		0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.		2,2 p.p.	2,0 p.p.	
Nada o faria deixar de utilizar o serviço	14,3%	18,4%	17,1%	13,2%	16,5%	12,5%	10,6%	435	277	526	96	37	48	5	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	4,5 p.p.	8,5 p.p.	8,4 p.p.	8,9 p.p.
NS/NR	5,6%	6,8%	7,7%	3,1%	22,0%	3,1%		435	277	526	96	37	48		1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,6 p.p.	3,7 p.p.	7,9 p.p.	4,0 p.p.	
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual																					
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	32,1%	39,6%	36,3%	38,3%	38,5%	47,3%	100,0%	413	286	522	99	30	39	2	3,2 p.p.	4,0 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	11,1 p.p.	11,7 p.p.	25,7 p.p.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	33,6%	36,5%	31,1%	36,7%	41,1%	53,2%	77,3%	413	286	522	99	30	39	2	3,1 p.p.	3,9 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	10,5 p.p.	11,6 p.p.	18,9 p.p.
O serviço de Internet móvel aumentar a	35,5%	33,7%	31,8%	23,1%	25,8%	29,9%	77,3%	413	286	522	99	30	39	2	3,0 p.p.	3,8 p.p.	2,7 p.p.	6,4 p.p.	10,3 p.p.	10,1 p.p.	24,6 p.p.
Os serviços audiovisuais/ streaming aur	25,6%	21,6%	22,7%	21,9%	34,8%	41,4%	77,3%	413	286	522	99	30	39	2	2,9 p.p.	3,4 p.p.	2,6 p.p.	6,2 p.p.	10,5 p.p.	10,7 p.p.	25,7 p.p.
Redução do preço do serviço de Interne	0,2%	0,5%		0,4%				413	286		99				0,2 p.p.	0,7 p.p.		0,6 p.p.	4,5 p.p.		
Os serviços audiovisuais/ streaming pas		0,5%		0,5%					286		99					0,4 p.p.		0,7 p.p.	4,1 p.p.		
Redução do preço dos serviços audiovis	1,0%	1,1%	1,9%		2,7%			413	286	522		30			0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.		4,7 p.p.		
Outros	0,2%	0,4%	1,1%					413	286	522					0,4 p.p.	0,7 p.p.	0,7 p.p.				
Nada o faria deixar de utilizar o serviço	21,1%	27,2%	24,7%	26,4%	30,7%	8,5%		413	286	522	99	30	39		2,7 p.p.	3,4 p.p.	2,7 p.p.	6,5 p.p.	10,7 p.p.	7,5 p.p.	
NS/NR	4,4%	5,3%	10,1%	2,4%	8,0%	8,5%		413	286	522	99	30	39		1,7 p.p.	1,9 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	7,6 p.p.	5,6 p.p.	7,9 p.p.

Variáveis

Significância estatística



	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
4.2.1 Caracterização da am																					
Género e classe etária																					
Masculino - mais 55 anos	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Masculino - 35 a 54 anos	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Masculino - 16 a 34 anos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - mais 55 anos	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - 35 a 54 anos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - 16 a 34 anos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nível de escolaridade																					
Ensino básico ou menos	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.		
Ensino secundário	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ensino superior	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR																					
Situação profissional																					
Empregado	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Desempregado	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
Aluno/ Estudante	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros inativos	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros																					
NS/NR																					
Rendimento mensal do agregado famli																					
Até 485 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 486 a 970 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 971 a 1455 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1941 a 2425 euros	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 2424 a 2909 euros	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Igual ou superior a 2910 euros	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
4.2.2 Serviços OTT em Port																					
Pacote de serviços de telecomunicação:																					
Sim	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Sig.	Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
Operador do pacote de serviços de tele:																					
Meo	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Vodafone	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Sig.	Sig.							
Cabovisão	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.								
Serviços incluídos no pacote de telecom																					
Televisão por assinatura	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Serviço telefónico fixo	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Serviço telefónico móvel	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet fixa	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Internet móvel por dados móveis	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet móvel por pen USB	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Sig.								
Gasto médio mensal com o conjunto de																					
Entre 0 e 9,99 euros	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Entre 10 e 19,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Entre 20 e 29,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Entre 30 e 39,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Entre 50 e 69,99 euros	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Entre 90 e 119,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
120 euros ou mais	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Tarifários de Internet móvel																					
Tarifário diário	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.			Não Sig.		
Tarifário semanal	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.			Não Sig.		
Tarifário mensal com dados móveis	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.			Não Sig.			Não Sig.		
Assinatura mensal não incluída num pa	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.			Não Sig.		
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.			Não Sig.		
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.			Não Sig.		

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
--	-----------------	-----------------	-------------------	------------------	------------------	-----------------	------------------	--------------------	-------------------	-------------------	------------------	--------------------	-------------------	-------------------	------------------	---------------------	---------------------	--------------------	--------------------	-------------------	-------------------

Utilização dos grupos de serviços OTT

Motores de busca	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Redes sociais	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Serviços audiovisuais	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Mensagens instantâneas	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VoIP	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Partilha e armazenamento de ficheiros	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços VoIP utilizados

Apenas voz:

Skype	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Skypeout	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Facetime	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Whatsapp	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Hangouts	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
QQ		Não Sig.				Sig.															
Line	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.			Sig.
Tango	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.			
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.						Sig.			

Apenas videochamada:

Skype	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Skypeout	Não Sig.	Sig.					Não Sig.					Não Sig.									
Facetime	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.				
Viber	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.						Não Sig.	
Whatsapp	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Facebook Messenger	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.			
Wechat	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.							
QQ	Não Sig.	Sig.																			
Line	Não Sig.	Não Sig.																			
Tango	Não Sig.	Sig.																			
Outros																					

Voz + Videochamada:

Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Skypeout	Sig.		Não Sig.				Não Sig.	Sig.				Não Sig.									
Facetime	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Whatsapp	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	
Facebook Messenger	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	Não Sig.	Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
QQ	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.	Não Sig.													
Line	Sig.	Sig.			Não Sig.										Não Sig.						
Tango	Sig.																				
Outros		Sig.																			

Serviço VoIP mais utilizado

Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Skypeout																					
Facetime	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Whatsapp	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Facebook Messenger	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Wechat																					
QQ																					
Line																					
Tango																					
Outros		Não Sig.																			

Serviços de mensagens instantâneas uti

Whatsapp	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.		
Facebook Messenger	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Skype	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Viber	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Hangouts	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Wechat	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Line	Não Sig.	Sig.					Não Sig.	Não Sig.													
QQ																					
Tango		Não Sig.	Não Sig.									Sig.									
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
Nenhum	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Motivos de adesão/ utilização de serviço																					
Preço	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com di	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas nec	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.		

Motivos de adesão/ utilização de serviço																					
Preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Outros	Sig.	Não Sig.		Sig.			Sig.		Não Sig.				Não Sig.								
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.		Não Sig.							

Motivos de adesão/ utilização de redes																					
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Sig.		Não Sig.			Sig.									
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									

Motivos de adesão/ utilização de serviço																					
Preço	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Segurança da informação	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de uti	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Utilização do serviço em qualquer dispo	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Ausência de limitação de tamanho do fi	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Número de pessoas que já estão ligadas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Outros	Não Sig.	Não Sig.																			
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.		

Motivos de adesão/ utilização de moto																					
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Ausência de limites para o tipo de inforr	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Diversas fontes de informação	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Compras mais eficientes	Não Sig.	Não Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Sig.									
Maior leque de escolha/ oferta	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.				Não Sig.							
Preços reduzidos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.		Não Sig.					Não Sig.		
Serviços personalizados		Sig.												Não Sig.							
Comodidade do processo de compra	Sig.	Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Sig.				Sig.		Não Sig.							
Eliminação de distâncias física	Não Sig.	Sig.			Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.				Não Sig.							
Acesso 24 horas por dia	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.					Não Sig.							

Serviços que conhece e não estão dispo																					
ChatOn	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Wasabee	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.
Amazon Instant Vídeo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Hulu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Netflix	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sky Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.		Sig.		Sig.			Não Sig.		Não Sig.							
Pandora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vevo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Uber	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum							Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.									
Outro	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Serviços de mensagens instantâneas pa																					
WHATSAPP - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.					
WHATSAPP - gratuito	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
WHATSAPP - NS/NR	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
FACEBOOK MESSENGER - pago	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
SKYPE - pago	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.				
SKYPE - gratuito	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	Sig.	Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.				Não Sig.					
VIBER - pago	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.														
VIBER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Sig.		Não Sig.		
VIBER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Sig.		Não Sig.		
HANGOUTS - pago	Não Sig.		Não Sig.					Não Sig.													
HANGOUTS - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.		Não Sig.		
HANGOUTS - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.								
WECHAT - pago																					
WECHAT - gratuito		Sig.																			
WECHAT - NS/NR																					
LINE - pago																					
LINE - gratuito																					
LINE - NS/NR																					
QQ - pago																					
QQ - gratuito																					
QQ - NS/NR																					
TANGO - pago																					
TANGO - gratuito																					
TANGO - NS/NR																					
OUTRO - pago																					
OUTRO - gratuito	Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.			
OUTRO - NS/NR																					
Disponibilidade em pagar mensalmente																					
Sim	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalr																					
média	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
YOUTUBE - pago	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.		Sig.			Não Sig.				Não Sig.							
YOUTUBE - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.							
SPOTIFY - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.					
SPOTIFY - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR		Sig.	Não Sig.									Não Sig.									
VINE - pago																					
VINE - gratuito	Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.
VINE - NS/NR		Não Sig.																			
VIMEO - pago				Não Sig.																	
VIMEO - gratuito	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR		Sig.																			
APPLE MUSIC - pago	Não Sig.	Não Sig.					Sig.														
APPLE MUSIC - gratuito	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	Sig.	Sig.			Sig.		Não Sig.			Não Sig.				Não Sig.							
MEO MUSICA - pago	Sig.	Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.									
MEO MUSICA - gratuito	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - pago	Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Sig.														
RTP PLAY - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	Sig.	Não Sig.	Não Sig.																		
MEO GO - pago	Sig.	Sig.	Sig.				Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
MEO GO - gratuito	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.									Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - pago							Não Sig.														
TVI PLAYER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR		Não Sig.			Não Sig.									Não Sig.							
SOUNDCLOUD - pago		Não Sig.																			
SOUNDCLOUD - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Sig.	
SOUNDCLOUD - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Sig.			Não Sig.	Não Sig.				
METACAFE - pago																					
METACAFE - gratuito	Não Sig.	Sig.	Sig.				Não Sig.	Sig.				Não Sig.									
METACAFE - NS/NR												Não Sig.									
TIDAL - pago																					
TIDAL - gratuito																					
TIDAL - NS/NR																					
RHAPSODY - pago																					
RHAPSODY - gratuito																					
RHAPSODY - NS/NR																					
OUTRO - pago		Não Sig.	Não Sig.									Não Sig.									
OUTRO - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.									Não Sig.									
OUTRO - NS/NR							Sig.	Sig.				Não Sig.									
Disponibilidade em pagar mensalmente																					
Sim	Sig.	Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.				
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Valor máximo disposto a pagar mensalmente																					
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.			Sig.					Sig.	

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Motivos de insatisfação com o operado																					
Preços/ Mensalidade/ Promoções	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Credibilidade do operador	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Rt	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Qualidade da rede/ Cobertura	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fic	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Alternativas na concorrência	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Preço de chamadas de apoio ao cliente	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Relação qualidade/preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.		Sig.		
Outros																					
NS/NR			Não Sig.																		
Motivos de satisfação com o operador c																					
Adequação dos tarifários	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Antiguidade/ Fidelidade	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Assistência/ Apoio técnico	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Atendimento	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Clareza e transparência da informação f	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Cobertura e velocidade	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Credibilidade	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Cumprimento condições/ promoções	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
É uma empresa inovadora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
É uma empresa líder/ É uma empresa s	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Preços	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Proximidade aos clientes	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Qualidade dos serviços/ equipamentos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Relação qualidade/preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Outros																					
NS/NR		Não Sig.																			
Motivos de insatisfação com o operado																					
Preços/ Mensalidade/ Promoções	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Credibilidade do operador	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Rt	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Qualidade da rede/ Cobertura	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fic	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Alternativas na concorrência	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Preço de chamadas de apoio ao cliente	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Relação qualidade/preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Outros																					
NS/NR		Não Sig.																			
Satisfação com o serviço VoIP mais utili:																					
Voz:																					
1 - 5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
6 - 8	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
9 - 10	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Video:																					
1 - 5	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.			Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.		
6 - 8	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
9 - 10	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Satisfação com o serviço de mensagens																					
1 - 5	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.		Sig.	
6 - 8	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.
9 - 10	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Satisfação com o serviço de audiovisual																					
1 - 5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.		Sig.		Sig.
6 - 8	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
9 - 10	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Sig.
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
Satisfação com a rde social mais utilizac																					
1 - 5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Sig.		Não Sig.		
6 - 8	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
9 - 10	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis



Significância estatística

	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Consumo Presente:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					
Evolução do consumo de serviços de au																					
Consumo Passado:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Presente:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					
Evolução do consumo de redes sociais (I																					
Consumo Passado:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					
Evolução do consumo de serviços de pa																					
Consumo Passado:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Consumo Presente:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					
Evolução do consumo de motores de bu																					
Consumo Passado:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Presente:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Futuro:																					
Min.																					
Pop.																					
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente																					
Evolução Presente-Futuro																					

Variáveis

Significância estatística



	Norte vs Centro	Norte vs Lisboa	Norte vs Alentejo	Norte vs Algarve	Norte vs Madeira	Norte vs Açores	Centro vs Lisboa	Centro vs Alentejo	Centro vs Algarve	Centro vs Madeira	Centro vs Açores	Lisboa vs Alentejo	Lisboa vs Algarve	Lisboa vs Madeira	Lisboa vs açores	Alentejo vs Algarve	Alentejo vs Madeira	Alentejo vs Açores	Algarve vs Madeira	Algarve vs Açores	Madeira vs Açores
Motivos que levariam a utilizar apenas																					
Melhoria da qualidade das mensagens	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Aumentar o número de funcionalidades	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Interne	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.									
Os serviços IM passarem a ser de tráfeg	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.									
Outros	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.		
Nada o faria deixar de utilizar o serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.		Não Sig.
Motivos que levariam a utilizar apenas																					
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Os serviços audiovisuais/ streaming aur	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Interne	Não Sig.		Não Sig.					Não Sig.													
Os serviços audiovisuais/ streaming pas								Não Sig.													
Redução do preço dos serviços audiovis	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.			Não Sig.		Não Sig.												
Outros	Não Sig.	Não Sig.					Não Sig.						Não Sig.								
Nada o faria deixar de utilizar o serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Sig.		Sig.		
NS/NR	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

4.2.1 Caracterização da amostra

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Género e classe etária												
Masculino - mais 55 anos			64,1%			399			4,7 p.p.			
Masculino - 35 a 54 anos		56,6%			2337			2,0 p.p.				
Masculino - 16 a 34 anos	38,4%			2631			1,9 p.p.					
Feminino - mais 55 anos			35,9%			399			4,7 p.p.			
Feminino - 35 a 54 anos		43,4%			2337			2,0 p.p.				
Feminino - 16 a 34 anos	61,6%			2631			1,9 p.p.					
Nível de escolaridade												
Ensino básico ou menos	8,4%	15,0%	26,4%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,4 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Ensino secundário	57,8%	60,5%	54,3%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ensino superior	33,7%	24,5%	19,3%	2631	2337	399	1,8 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR		0,0%			2337			0,0 p.p.				
Distribuição por região por NUTS II												
Norte	33,8%	33,0%	24,1%	2631	2337	399	1,8 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Centro	23,5%	18,4%	18,6%	2631	2337	399	1,6 p.p.	1,6 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Lisboa	28,1%	30,5%	39,1%	2631	2337	399	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Alentejo	7,6%	8,5%	3,6%	2631	2337	399	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Algarve	2,8%	3,4%	7,9%	2631	2337	399	0,6 p.p.	0,7 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Madeira	3,2%	4,4%	6,1%	2631	2337	399	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Açores	0,3%	1,0%	0,2%	2631	2337	399	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	0,8%	0,8%	0,3%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Situação profissional												
Empregado	53,1%	77,1%	40,2%	2631	2337	399	1,9 p.p.	1,7 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Desempregado	18,8%	19,5%	12,8%	2631	2337	399	1,5 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Aluno/ Estudante	27,4%	0,2%		2631	2337		1,7 p.p.	0,2 p.p.		Sig.		
Outros inativos	0,6%	3,1%	46,7%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,7 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Outros	0,1%		0,1%	2631		399	0,1 p.p.		0,3 p.p.		Não Sig.	
NS/NR	0,0%	0,1%	0,2%	2631	2337	399	0,1 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Rendimento mensal do agregado familiar												
Até 485 euros	8,2%	7,2%	3,9%	2631	2337	399	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
De 486 a 970 euros	32,0%	25,2%	18,0%	2631	2337	399	1,8 p.p.	1,8 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
De 971 a 1455 euros	27,7%	28,1%	26,8%	2631	2337	399	1,7 p.p.	1,8 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros	11,8%	17,5%	16,5%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1941 a 2425 euros	5,5%	10,4%	13,8%	2631	2337	399	0,9 p.p.	1,2 p.p.	3,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
De 2424 a 2909 euros	2,8%	3,3%	8,5%	2631	2337	399	0,6 p.p.	0,7 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Igual ou superior a 2910 euros	2,4%	2,3%	6,3%	2631	2337	399	0,6 p.p.	0,6 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	9,5%	6,0%	6,1%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Pacote de serviços de telecomunicações												
Sim	98,9%	99,4%	100,0%	2541	2274	385	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Não	1,1%	0,6%		2541	2274		0,4 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Operador do pacote de serviços de telecomunicações												
Meo	38,1%	40,5%	34,0%	2491	2255	385	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	33,0%	37,0%	48,2%	2491	2255	385	1,8 p.p.	2,0 p.p.	5,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Vodafone	24,1%	18,5%	12,6%	2491	2255	385	1,7 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Cabovisão	4,7%	4,0%	5,2%	2491	2255	385	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços incluídos no pacote de telecomunicações

Televisão por assinatura	77,5%	82,4%	81,7%	2631	2337	399	1,6 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico fixo	72,4%	78,7%	82,2%	2631	2337	399	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico móvel	52,6%	59,3%	60,4%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Internet fixa	90,3%	91,0%	94,3%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Internet móvel por dados móveis	46,5%	50,5%	48,4%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet móvel por pen USB	13,9%	16,9%	18,1%	2631	2337	399	1,3 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	2,3%	0,8%	1,4%	2631	2337	399	0,6 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações

Entre 0 e 9,99 euros	7,8%	3,4%	2,0%	2631	2337	399	1,0 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	9,7%	6,0%	7,3%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	11,3%	10,1%	11,6%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,2 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 e 39,99 euros	12,1%	15,3%	15,5%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	15,9%	14,4%	12,2%	2631	2337	399	1,4 p.p.	1,4 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	23,3%	28,1%	26,2%	2631	2337	399	1,6 p.p.	1,8 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	11,2%	13,8%	15,9%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	4,0%	5,8%	6,5%	2631	2337	399	0,7 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
120 euros ou mais	0,9%	1,2%	1,3%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	3,8%	1,8%	1,6%	2631	2337	399	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Tarifários de Internet móvel

Tarifário diário	15,9%	10,6%	18,0%	485	254	23	3,3 p.p.	3,8 p.p.	15,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tarifário semanal	10,7%	3,9%		485	254		2,8 p.p.	2,4 p.p.		Sig.		
Tarifário mensal com dados móveis	8,1%	5,4%	1,2%	485	254	23	2,4 p.p.	2,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Assinatura mensal não incluída num pacote de telecomunicações	54,4%	60,6%	67,5%	485	254	23	4,4 p.p.	6,0 p.p.	19,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	2,5%	9,3%	7,8%	485	254	23	1,4 p.p.	3,6 p.p.	10,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	8,4%	10,2%	5,6%	485	254	23	2,5 p.p.	3,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Utilização dos grupos de serviços OTT

Motores de busca	98,8%	97,6%	95,3%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,6 p.p.	2,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Redes sociais	96,3%	93,8%	88,2%	2631	2337	399	0,7 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Serviços audiovisuais	96,0%	89,9%	80,4%	2631	2337	399	0,7 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Mensagens instantâneas	93,2%	86,3%	79,4%	2631	2337	399	1,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
VoIP	76,6%	74,8%	72,6%	2631	2337	399	1,6 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha e armazenamento de ficheiros	73,4%	68,0%	55,2%	2631	2337	399	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Serviços VoIP utilizadosApenas voz:

Skype	7,1%	8,2%	7,4%	2631	2337	399	1,0 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout	0,1%	0,7%		2631	2337		0,1 p.p.	0,3 p.p.		Sig.		
Facetime	1,5%	1,5%		2631	2337		0,5 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Viber	9,7%	11,3%	5,3%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Whatsapp	12,0%	10,2%	7,5%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	23,9%	22,5%	16,3%	2631	2337	399	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Hangouts	4,3%	6,1%	1,3%	2631	2337	399	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wechat	0,7%	0,8%	0,7%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,6%	0,5%	0,2%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	0,8%	1,2%		2631	2337		0,3 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
Tango	0,1%	0,3%		2631	2337		0,1 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Outros	1,2%	1,6%	0,6%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Apenas videochamada:												
Skype	9,9%	11,8%	8,7%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout	0,4%	0,4%		2631	2337		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Facetime	2,3%	1,8%	0,7%	2631	2337	399	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Viber	2,0%	1,4%		2631	2337		0,5 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Whatsapp	1,4%	1,4%	1,0%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	5,9%	6,4%	7,7%	2631	2337	399	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	1,6%	1,8%	0,3%	2631	2337	399	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wechat	0,9%	0,5%	0,1%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
QQ	0,5%	0,3%		2631	2337		0,3 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Line	0,4%	0,3%		2631	2337		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Tango	0,3%	0,2%		2631	2337		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Outros		0,1%			2337			0,1 p.p.				
Voz + Videochamada:												
Skype	37,0%	32,0%	36,0%	2631	2337	399	1,8 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout	0,3%	0,4%	0,6%	2631	2337	399	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facetime	7,3%	4,5%	2,5%	2631	2337	399	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Viber	5,6%	5,2%	3,8%	2631	2337	399	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	7,2%	5,5%	3,0%	2631	2337	399	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	25,9%	22,7%	20,4%	2631	2337	399	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	4,5%	4,0%	3,4%	2631	2337	399	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	1,0%	1,2%	1,4%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,5%	0,3%	1,2%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,2 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	0,6%	0,8%	1,3%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tango	0,4%	0,2%	0,1%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,4%		2631	2337		0,3 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Serviço VoIP mais utilizado												
Skype	39,0%	38,4%	49,6%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Skypeout												
Facetime	2,4%	2,2%	0,5%	1030	924	175	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	5,4%	5,7%	4,7%	1030	924	175	1,4 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	8,6%	8,6%	5,6%	1030	924	175	1,7 p.p.	1,8 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	41,3%	40,8%	37,9%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	1,8%	3,7%	1,8%	1030	924	175	0,8 p.p.	1,2 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	0,3%	0,1%		1030	924		0,3 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
QQ	0,1%			1030			0,2 p.p.					
Line	0,1%	0,2%		1030	924		0,1 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Tango	0,0%			1030			0,1 p.p.					
Outros	1,0%	0,3%		1030	924		0,6 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
Serviços de mensagens instantâneas utilizados												
Whatsapp	25,1%	17,9%	11,5%	2631	2337	399	1,7 p.p.	1,6 p.p.	3,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Facebook Messenger	84,1%	74,1%	62,8%	2631	2337	399	1,4 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Skype	43,9%	37,9%	42,5%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	12,5%	12,0%	6,6%	2631	2337	399	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Hangouts	11,6%	10,6%	6,4%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wechat	0,6%	0,9%	2,0%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	0,6%	0,4%	0,8%	2631	2337	399	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,2%	0,1%	0,1%	2631	2337	399	0,2 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tango	0,3%	0,1%		2631	2337		0,2 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Outros	1,9%	1,1%	0,7%	2631	2337	399	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	6,8%	13,8%	20,6%	2631	2337	399	1,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Whatsapp	8,5%	9,1%	8,4%	1393	1167	196	1,5 p.p.	1,6 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	75,9%	71,8%	62,8%	1393	1167	196	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Skype	9,3%	11,4%	25,3%	1393	1167	196	1,5 p.p.	1,8 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Viber	2,5%	3,8%	0,7%	1393	1167	196	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Hangouts	3,6%	3,7%	2,5%	1393	1167	196	1,0 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat												
Line												
QQ	0,1%			1393			0,1 p.p.					
Tango												
Outros	0,2%	0,2%	0,3%	1393	1167	196	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	93,7%	86,9%	73,3%	2631	2337	399	0,9 p.p.	1,4 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Spotify	30,5%	14,2%	7,3%	2631	2337	399	1,8 p.p.	1,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Vine	6,7%	1,4%	0,3%	2631	2337	399	1,0 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Vimeo	13,4%	13,3%	9,1%	2631	2337	399	1,3 p.p.	1,4 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Apple Music	4,7%	4,8%	6,9%	2631	2337	399	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Musica	9,4%	12,4%	8,5%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP Play	9,8%	13,7%	15,6%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Go	11,2%	12,6%	8,5%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
TVI Player	11,0%	11,9%	14,3%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SoundCloud	10,0%	5,0%	2,2%	2631	2337	399	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Metacafe	1,3%	1,3%		2631	2337		0,4 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Tidal	0,2%	0,1%		2631	2337		0,2 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Rhapsody	0,1%	0,6%	0,9%	2631	2337	399	0,1 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	2,9%	2,4%	0,3%	2631	2337	399	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Nenhum	4,3%	10,4%	19,9%	2631	2337	399	0,8 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	88,4%	88,5%	83,9%	1439	1230	199	1,7 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Spotify	5,7%	2,9%	4,5%	1439	1230	199	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vine	0,3%			1439			0,3 p.p.					
Vimeo	0,0%	0,5%	0,3%	1439	1230	199	0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music	0,4%	0,7%		1439	1230		0,3 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
MEO Musica	1,6%	1,7%		1439	1230		0,7 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
RTP Play	0,4%	1,0%	3,5%	1439	1230	199	0,3 p.p.	0,5 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Go	1,6%	3,1%	6,2%	1439	1230	199	0,6 p.p.	1,0 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
TVI Player	0,8%	0,9%	1,3%	1439	1230	199	0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SoundCloud		0,1%			1230			0,2 p.p.				
Metacafe	0,1%			1439			0,2 p.p.					
Tidal												
Rhapsody		0,0%			1230			0,1 p.p.				
Outro	0,6%	0,5%	0,3%	1439	1230	199	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Redes sociais utilizadas

Facebook	93,9%	91,3%	85,6%	2631	2337	399	0,9 p.p.	1,1 p.p.	3,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Instagram	42,3%	22,4%	16,4%	2631	2337	399	1,9 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
LinkedIn	18,5%	23,5%	21,6%	2631	2337	399	1,5 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Plus	13,3%	20,6%	27,0%	2631	2337	399	1,3 p.p.	1,6 p.p.	4,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Twitter	17,3%	16,2%	16,3%	2631	2337	399	1,4 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	13,5%	10,7%	5,9%	2631	2337	399	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Myspace	2,4%	2,2%	3,7%	2631	2337	399	0,6 p.p.	0,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Flirck	2,3%	1,9%	1,7%	2631	2337	399	0,6 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tumblr	12,5%	3,4%	2,1%	2631	2337	399	1,3 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outro	1,1%	0,8%	0,2%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Nenhum	3,8%	6,2%	11,8%	2631	2337	399	0,7 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Rede social mais utilizada

Facebook	89,7%	94,6%	94,4%	1392	1213	200	1,6 p.p.	1,3 p.p.	3,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Instagram	5,2%	0,4%		1392	1213		1,2 p.p.	0,4 p.p.		Sig.		
LinkedIn	0,3%	1,6%	0,7%	1392	1213	200	0,3 p.p.	0,7 p.p.	1,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Plus	0,7%	1,9%	3,8%	1392	1213	200	0,4 p.p.	0,8 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Twitter	1,2%	1,2%	0,3%	1392	1213	200	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	0,7%	0,3%	0,5%	1392	1213	200	0,4 p.p.	0,3 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Myspace												
Flirck		0,0%			1213			0,1 p.p.				
Tumblr	1,9%	0,0%		1392	1213		0,7 p.p.	0,1 p.p.		Sig.		
Outro	0,3%		0,3%	1392		200	0,3 p.p.		0,7 p.p.		Não Sig.	

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dropbox	48,0%	36,6%	26,2%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Google Drive	40,8%	40,7%	29,4%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
OneDrive	21,6%	16,7%	13,8%	2631	2337	399	1,6 p.p.	1,5 p.p.	3,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
iCloud	11,9%	10,1%	9,9%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	9,1%	12,6%	9,6%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Hangouts	3,9%	4,6%	3,8%	2631	2337	399	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Office 365	10,6%	6,8%	6,4%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Team Viewer	9,4%	8,4%	3,1%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Salesfoce	0,3%	0,2%	0,1%	2631	2337	399	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	1,8%	1,3%	0,9%	2631	2337	399	0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	27,0%	32,5%	45,8%	2631	2337	399	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	42,9%	36,4%	36,7%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Drive	25,3%	29,8%	29,0%	1111	945	124	2,6 p.p.	2,9 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OneDrive	13,9%	13,2%	10,4%	1111	945	124	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
iCloud	4,2%	4,0%	5,6%	1111	945	124	1,2 p.p.	1,3 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	6,3%	7,6%	10,4%	1111	945	124	1,4 p.p.	1,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Hangouts	1,0%	1,0%	4,3%	1111	945	124	0,6 p.p.	0,6 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Office 365	3,8%	3,3%	2,2%	1111	945	124	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Team Viewer	1,7%	3,3%	0,7%	1111	945	124	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Salesfoce												
Outro	0,8%	1,3%	0,6%	1111	945	124	0,5 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	97,0%	96,0%	92,4%	2631	2337	399	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Yahoo	8,5%	8,7%	14,1%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,1 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Bing	9,7%	12,5%	12,8%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ask	4,4%	4,8%	7,4%	2631	2337	399	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Amazon	13,4%	11,7%	10,6%	2631	2337	399	1,3 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ebay	29,0%	23,1%	15,5%	2631	2337	399	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Groupon	9,9%	8,1%	8,3%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OLX	46,9%	45,2%	39,0%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Wikipedia	40,5%	29,2%	30,5%	2631	2337	399	1,9 p.p.	1,8 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Sapo	24,7%	34,5%	38,4%	2631	2337	399	1,6 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outro	1,5%	1,7%	0,1%	2631	2337	399	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Nenhum	1,2%	2,5%	4,7%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,6 p.p.	2,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado

Google	92,3%	89,9%	87,8%	1391	1303	186	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Yahoo	0,2%	0,5%	0,1%	1391	1303	186	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Bing	0,2%	0,9%	0,3%	1391	1303	186	0,2 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ask	0,0%	0,0%		1391	1303		0,1 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Amazon	0,7%	0,1%		1391	1303		0,4 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Ebay	2,6%	2,5%	1,9%	1391	1303	186	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Groupon	0,2%	0,2%	1,7%	1391	1303	186	0,2 p.p.	0,2 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OLX	2,9%	3,5%	5,9%	1391	1303	186	0,9 p.p.	1,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wikipedia	0,3%	0,6%	0,2%	1391	1303	186	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sapo	0,4%	1,5%	2,1%	1391	1303	186	0,4 p.p.	0,7 p.p.	2,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	0,1%	0,3%		1391	1303		0,2 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		

No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet

Sim	47,5%	48,3%	38,3%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Não	48,8%	48,7%	60,3%	2631	2337	399	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	3,7%	3,1%	1,4%	2631	2337	399	0,7 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços VOIP

Preço	29,1%	29,1%	35,2%	1030	924	175	2,8 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	38,2%	27,1%	27,4%	1030	924	175	3,0 p.p.	2,9 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	54,0%	45,2%	49,7%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	20,9%	14,4%	13,0%	1030	924	175	2,5 p.p.	2,3 p.p.	5,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Realização de videochamadas	39,4%	36,3%	37,9%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Conselho de amigos	61,6%	58,2%	58,9%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	18,3%	19,9%	20,9%	1030	924	175	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	42,4%	37,3%	31,8%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	1,1%	1,0%	0,9%	1030	924	175	0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	1,6%	1,9%		1030	924		0,8 p.p.	0,9 p.p.		Não Sig.		

Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas

Preço	27,5%	33,7%	33,8%	1393	1167	196	2,3 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	38,1%	29,2%	32,0%	1393	1167	196	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	57,1%	48,7%	53,9%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	25,9%	27,3%	37,4%	1393	1167	196	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	24,3%	24,6%	26,6%	1393	1167	196	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	35,3%	25,0%	22,6%	1393	1167	196	2,5 p.p.	2,5 p.p.	5,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Conselho de amigos	61,4%	56,4%	57,8%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	13,0%	16,2%	14,6%	1393	1167	196	1,8 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	55,3%	44,9%	34,6%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	1,6%	1,2%	0,6%	1393	1167	196	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	1,9%	2,7%	1,6%	1393	1167	196	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual

Preço	29,0%	20,6%	22,0%	1439	1230	199	2,3 p.p.	2,3 p.p.	5,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	57,4%	39,4%	31,2%	1439	1230	199	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	74,7%	66,0%	58,8%	1439	1230	199	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	12,6%	16,3%	28,5%	1439	1230	199	1,7 p.p.	2,1 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	2,0%	1,6%	0,6%	1439	1230	199	0,7 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,8%	1,1%	1,5%	1439	1230	199	0,5 p.p.	0,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	3,5%	7,6%	8,2%	1439	1230	199	0,9 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de redes sociais

Qualidade do serviço	32,6%	22,9%	26,3%	1392	1213	200	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	58,9%	52,6%	53,1%	1392	1213	200	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	27,9%	25,5%	30,7%	1392	1213	200	2,4 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	67,9%	71,5%	64,4%	1392	1213	200	2,5 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	1,5%	1,6%	1,3%	1392	1213	200	0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	2,7%	2,8%	2,4%	1392	1213	200	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Preço	27,8%	27,1%	35,9%	1111	945	124	2,6 p.p.	2,8 p.p.	8,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança da informação	35,4%	34,6%	30,7%	1111	945	124	2,8 p.p.	3,0 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	58,6%	43,7%	37,4%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	60,6%	57,1%	52,1%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de utilizadores	47,8%	36,1%	32,6%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço em qualquer dispositivo com acesso à In	42,6%	44,4%	42,1%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	45,0%	37,9%	35,9%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ausência de limitação de tamanho do ficheiro	12,9%	11,8%	9,8%	1111	945	124	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	16,0%	13,6%	14,7%	1111	945	124	2,2 p.p.	2,2 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	10,6%	7,4%	5,9%	1111	945	124	1,8 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,6%	1,0%		1111	945		0,5 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	1,4%	1,5%	6,3%	1111	945	124	0,7 p.p.	0,8 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Qualidade do serviço	72,3%	60,2%	49,1%	1391	1303	186	2,4 p.p.	2,7 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Funcionalidades do serviço	66,4%	63,5%	58,1%	1391	1303	186	2,5 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	8,8%	11,1%	13,4%	1391	1303	186	1,5 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ausência de limites para o tipo de informação apresentada	33,9%	26,1%	36,1%	1391	1303	186	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Rápida resposta ao pedido de informação	68,3%	58,1%	49,5%	1391	1303	186	2,4 p.p.	2,7 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Diversas fontes de informação	52,9%	40,7%	42,1%	1391	1303	186	2,6 p.p.	2,7 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Compras mais eficientes	3,1%	2,8%	3,9%	1391	1303	186	0,9 p.p.	0,9 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Maior leque de escolha/ oferta	3,1%	3,6%	2,3%	1391	1303	186	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preços reduzidos	3,3%	3,5%	4,5%	1391	1303	186	0,9 p.p.	1,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviços personalizados	0,6%	0,4%	1,2%	1391	1303	186	0,4 p.p.	0,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Comodidade do processo de compra	1,9%	2,1%	4,1%	1391	1303	186	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Eliminação de distâncias física	0,9%	1,7%	2,0%	1391	1303	186	0,5 p.p.	0,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Acesso 24 horas por dia	1,8%	2,0%	0,9%	1391	1303	186	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,9%	1,2%	0,7%	1391	1303	186	0,5 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	1,4%	1,4%	1,0%	1391	1303	186	0,6 p.p.	0,6 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal

ChatOn	11,0%	11,8%	8,7%	2631	2337	399	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	5,2%	6,2%	2,1%	2631	2337	399	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Amazon Instant Video	12,9%	11,3%	13,2%	2631	2337	399	1,3 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	8,6%	7,8%	9,1%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	13,9%	7,7%	4,5%	2631	2337	399	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Hulu	9,8%	3,5%	1,1%	2631	2337	399	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Netflix	50,8%	32,9%	20,4%	2631	2337	399	1,9 p.p.	1,9 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Sky Go	8,9%	11,3%	11,9%	2631	2337	399	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	1,3%	1,8%	0,8%	2631	2337	399	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pandora	15,4%	12,2%	9,9%	2631	2337	399	1,4 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Vevo	41,7%	25,6%	7,9%	2631	2337	399	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Uber	40,4%	30,9%	24,0%	2631	2337	399	1,9 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Nenhum	0,1%	0,1%		2631	2337		0,1 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Outro	26,2%	41,4%	53,6%	2631	2337	399	1,7 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal

ChatOn	32,1%	37,2%	45,6%	278	251	31	5,5 p.p.	6,0 p.p.	17,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	22,8%	34,7%	58,8%	121	128	9	7,5 p.p.	8,2 p.p.	32,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Amazon Instant Video	35,8%	47,7%	65,8%	324	261	54	5,2 p.p.	6,1 p.p.	12,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	43,8%	51,8%	53,2%	229	189	34	6,4 p.p.	7,1 p.p.	16,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	47,7%	60,1%	59,9%	372	190	17	5,1 p.p.	7,0 p.p.	23,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hulu	35,1%	55,6%	19,1%	270	89	5	5,7 p.p.	10,3 p.p.	34,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Netflix	78,0%	70,8%	67,4%	1422	816	86	2,2 p.p.	3,1 p.p.	9,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sky Go	38,3%	48,1%	51,8%	219	227	39	6,4 p.p.	6,5 p.p.	15,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	15,9%	37,3%	83,5%	30	33	4	13,1 p.p.	16,5 p.p.	36,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Pandora	33,3%	31,6%	51,9%	406	272	36	4,6 p.p.	5,5 p.p.	16,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vevo	42,3%	49,7%	41,1%	1099	579	27	2,9 p.p.	4,1 p.p.	18,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Uber	42,3%	43,4%	41,7%	1216	767	93	2,8 p.p.	3,5 p.p.	10,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	37,1%	42,0%		2	3							
Outro	17,4%	19,2%	26,3%	1991	1380	181	1,7 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	29,8%	33,3%	24,1%	1030	924	175	2,8 p.p.	3,0 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,1%	30,0%	37,9%	1030	924	175	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,4%	14,2%	19,5%	1030	924	175	2,3 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	11,9%	9,4%	9,9%	1030	924	175	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	9,0%	7,8%	7,8%	1030	924	175	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,0%	4,5%	0,3%	1030	924	175	1,6 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,9%	0,8%	0,5%	1030	924	175	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	43,3	30,4	22,0	1030	924	175	6,6	5,0	5,7	Sig.	Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	12,1%	15,1%	25,2%	1030	924	175	2,0 p.p.	2,3 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,1%	32,7%	36,8%	1030	924	175	2,7 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,4%	21,2%	15,0%	1030	924	175	2,4 p.p.	2,6 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,6%	13,9%	13,6%	1030	924	175	2,3 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,4%	12,8%	7,8%	1030	924	175	2,2 p.p.	2,2 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,0%	3,8%	1,6%	1030	924	175	1,7 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,4%	0,4%		1030	924	175	0,7 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
Média min.	52,1	35,3	22,9	1030	924	175	5,7	4,3	5,4	Sig.	Sig.	Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	22,3%	22,4%	29,2%	1030	924	175	2,5 p.p.	2,7 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,3%	29,3%	30,7%	1030	924	175	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,3%	15,1%	14,1%	1030	924	175	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,5%	14,7%	12,7%	1030	924	175	2,2 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,6%	10,6%	11,7%	1030	924	175	2,2 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,2%	6,5%	1,3%	1030	924	175	1,6 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	1,4%	0,2%	1030	924	175	1,0 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	55,3	42,8	25,9	1030	924	175	7,5	6,3	7,0	Não Sig.	Sig.	Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	17,8%	17,9%	24,2%	1030	924	175	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,0%	26,8%	36,1%	1030	924	175	2,5 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,2%	17,8%	17,1%	1030	924	175	2,2 p.p.	2,5 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,6%	15,1%	9,9%	1030	924	175	2,3 p.p.	2,3 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	14,2%	13,8%	9,9%	1030	924	175	2,1 p.p.	2,2 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,2%	7,6%	2,8%	1030	924	175	1,9 p.p.	1,7 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,0%	1,1%		1030	924	175	0,9 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
Média min.	59,6	46,7	25,9	1030	924	175	7,1	5,8	7,0	Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneasDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	7,7%	14,0%	16,5%	1393	1167	196	1,4 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,7%	32,8%	42,9%	1393	1167	196	2,3 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,8%	21,5%	20,6%	1393	1167	196	2,0 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,8%	13,4%	9,9%	1393	1167	196	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,8%	8,8%	6,9%	1393	1167	196	1,9 p.p.	1,6 p.p.	3,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,2%	7,1%	3,1%	1393	1167	196	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,1%	2,4%		1393	1167		1,0 p.p.	0,9 p.p.		Não Sig.		
Média min.	72,5	48,6	25,3	1393	1167	196	7,1	7,1	7,0	Sig.	Sig.	Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	5,3%	9,4%	14,0%	1393	1167	196	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,0%	30,5%	36,4%	1393	1167	196	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,2%	20,9%	16,3%	1393	1167	196	1,9 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	20,5%	17,5%	18,1%	1393	1167	196	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	21,8%	12,4%	7,0%	1393	1167	196	2,2 p.p.	1,9 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,7%	7,8%	7,1%	1393	1167	196	1,7 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,5%	1,5%	1,1%	1393	1167	196	0,8 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	71,6	50,2	41,4	1393	1167	196	6,2	6,2	13,7	Sig.	Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	9,2%	12,1%	14,3%	1393	1167	196	1,5 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,6%	29,1%	37,0%	1393	1167	196	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,6%	19,5%	18,9%	1393	1167	196	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,1%	14,1%	11,7%	1393	1167	196	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,0%	14,7%	13,0%	1393	1167	196	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	14,1%	7,6%	4,3%	1393	1167	196	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,4%	2,9%	0,8%	1393	1167	196	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	88,7	57,1	37,4	1393	1167	196	8,8	7,3	11,5	Sig.	Sig.	Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	7,5%	11,9%	19,0%	1393	1167	196	1,4 p.p.	1,9 p.p.	5,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	20,9%	27,4%	30,6%	1393	1167	196	2,1 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,4%	17,3%	13,5%	1393	1167	196	1,9 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,0%	16,5%	14,9%	1393	1167	196	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	19,4%	15,3%	12,9%	1393	1167	196	2,1 p.p.	2,1 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	13,9%	9,4%	7,9%	1393	1167	196	1,8 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,0%	2,3%	1,1%	1393	1167	196	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	90,2	58,5	46,0	1393	1167	196	8,7	6,7	14,1	Sig.	Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisualDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	15,1%	24,5%	20,8%	1439	1230	199	1,9 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,5%	30,1%	32,5%	1439	1230	199	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,7%	19,0%	20,1%	1439	1230	199	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,0%	14,8%	13,1%	1439	1230	199	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	14,8%	7,3%	11,0%	1439	1230	199	1,8 p.p.	1,5 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,2%	2,8%	2,6%	1439	1230	199	1,4 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,7%	1,5%		1439	1230		0,7 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
Média min.	53,4	33,2	28,3	1439	1230	199	5,6	5,4	7,5	Sig.	Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	7,8%	9,4%	11,3%	1439	1230	199	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	20,7%	26,1%	31,3%	1439	1230	199	2,1 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,1%	23,5%	26,9%	1439	1230	199	2,0 p.p.	2,4 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	21,8%	19,3%	15,0%	1439	1230	199	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	19,4%	15,2%	10,5%	1439	1230	199	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,7%	6,2%	5,1%	1439	1230	199	1,5 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,5%	0,4%		1439	1230		0,6 p.p.	0,3 p.p.		Sig.		
Média min.	61,3	44,6	35,4	1439	1230	199	5,6	4,4	8,7	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	10,3%	15,2%	21,6%	1439	1230	199	1,6 p.p.	2,0 p.p.	5,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	19,8%	23,6%	23,9%	1439	1230	199	2,1 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,8%	22,0%	20,3%	1439	1230	199	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,9%	16,4%	16,8%	1439	1230	199	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,7%	12,9%	12,5%	1439	1230	199	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	13,1%	7,8%	4,7%	1439	1230	199	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,5%	2,0%		1439	1230		0,9 p.p.	0,8 p.p.		Não Sig.		
Média min.	74,7	52,3	35,3	1439	1230	199	7,6	6,6	9,1	Sig.	Sig.	Sig.
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	9,2%	12,1%	19,4%	1439	1230	199	1,5 p.p.	1,8 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	18,9%	21,3%	20,3%	1439	1230	199	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,7%	18,5%	24,2%	1439	1230	199	1,8 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,7%	20,5%	18,8%	1439	1230	199	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	23,1%	16,2%	10,9%	1439	1230	199	2,2 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	14,0%	8,8%	5,3%	1439	1230	199	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,4%	2,6%	1,1%	1439	1230	199	0,8 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	74,9	61,3	41,9	1439	1230	199	6,4	7,2	12,9	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Tempo médio dedicado à utilização de redes sociais												
Dias úteis das 7 às 19 horas:												
Não acede	6,8%	13,9%	13,1%	1392	1213	200	1,3 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	16,4%	23,5%	25,6%	1392	1213	200	1,9 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,5%	18,8%	17,7%	1392	1213	200	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,6%	16,7%	19,6%	1392	1213	200	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	19,8%	16,8%	11,0%	1392	1213	200	2,1 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	13,0%	7,7%	11,7%	1392	1213	200	1,8 p.p.	1,5 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,8%	2,6%	1,3%	1392	1213	200	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	93,6	58,1	55,8	1392	1213	200	9,6	6,8	15,6	Sig.	Sig.	Não Sig.
Dias úteis das 19 às 7 horas:												
Não acede	3,6%	5,5%	13,2%	1392	1213	200	1,0 p.p.	1,3 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	13,2%	17,2%	16,0%	1392	1213	200	1,8 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,0%	21,1%	15,0%	1392	1213	200	2,0 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	20,1%	20,8%	19,6%	1392	1213	200	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	22,8%	22,6%	22,7%	1392	1213	200	2,2 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	18,4%	10,9%	12,3%	1392	1213	200	2,0 p.p.	1,8 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,9%	2,0%	1,3%	1392	1213	200	1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	98,1	68,6	66,1	1392	1213	200	8,5	6,8	15,3	Sig.	Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	6,0%	10,4%	11,0%	1392	1213	200	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	11,9%	20,1%	26,9%	1392	1213	200	1,7 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,8%	18,0%	17,5%	1392	1213	200	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,0%	17,9%	16,6%	1392	1213	200	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	22,2%	19,4%	13,0%	1392	1213	200	2,2 p.p.	2,2 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	16,0%	10,6%	14,0%	1392	1213	200	1,9 p.p.	1,7 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	8,1%	3,7%	1,0%	1392	1213	200	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Média min.	107,7	72,3	59,8	1392	1213	200	9,7	7,8	15,8	Sig.	Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	4,6%	7,3%	18,1%	1392	1213	200	1,1 p.p.	1,5 p.p.	5,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	12,4%	17,1%	18,4%	1392	1213	200	1,7 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,9%	16,8%	11,0%	1392	1213	200	1,9 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	17,5%	13,8%	1392	1213	200	2,0 p.p.	2,1 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	22,6%	24,7%	24,4%	1392	1213	200	2,2 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	20,0%	12,9%	11,1%	1392	1213	200	2,1 p.p.	1,9 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,8%	3,7%	3,3%	1392	1213	200	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	109,7	81,2	72,1	1392	1213	200	9,3	8,1	21,1	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	19,2%	18,9%	20,3%	1111	945	124	2,3 p.p.	2,5 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	48,2%	37,1%	44,4%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,8%	21,9%	10,7%	1111	945	124	2,1 p.p.	2,6 p.p.	5,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	8,9%	9,8%	9,5%	1111	945	124	1,7 p.p.	1,9 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,7%	8,4%	13,9%	1111	945	124	1,3 p.p.	1,8 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,8%	3,1%	0,8%	1111	945	124	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,4%	0,8%	0,5%	1111	945	124	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	26,6	30,6	26,9	1111	945	124	4,1	5,7	9,4	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	19,4%	17,5%	17,9%	1111	945	124	2,3 p.p.	2,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	49,4%	36,8%	46,3%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,7%	20,3%	10,0%	1111	945	124	2,1 p.p.	2,6 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	8,6%	14,7%	10,2%	1111	945	124	1,7 p.p.	2,3 p.p.	5,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,6%	8,9%	8,4%	1111	945	124	1,2 p.p.	1,8 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,2%	1,3%	7,3%	1111	945	124	0,6 p.p.	0,7 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,1%	0,5%		1111	945		0,6 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Média min.	23,7	27,5	33,4	1111	945	124	4,1	4,5	14,6	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	26,7%	25,8%	23,1%	1111	945	124	2,6 p.p.	2,8 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	42,1%	32,7%	41,6%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,0 p.p.	8,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,6%	19,5%	12,0%	1111	945	124	2,2 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	7,2%	11,9%	5,9%	1111	945	124	1,5 p.p.	2,1 p.p.	4,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,6%	6,7%	13,0%	1111	945	124	1,2 p.p.	1,6 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,9%	2,6%	4,4%	1111	945	124	0,8 p.p.	1,0 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,9%	0,8%		1111	945		0,6 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
Média min.	23,2	28,0	29,7	1111	945	124	3,7	5,3	13,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	25,7%	25,4%	28,9%	1111	945	124	2,6 p.p.	2,8 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	42,5%	31,6%	32,1%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,0 p.p.	8,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,0%	16,9%	14,8%	1111	945	124	2,1 p.p.	2,4 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,3%	14,3%	8,0%	1111	945	124	1,7 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,7%	7,3%	8,4%	1111	945	124	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,7%	3,9%	7,8%	1111	945	124	0,8 p.p.	1,2 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,2%	0,6%		1111	945		0,6 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Média min.	25,0	30,5	33,4	1111	945	124	4,5	5,1	14,7	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	6,2%	7,3%	16,2%	1391	1303	186	1,3 p.p.	1,4 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,2%	23,0%	19,6%	1391	1303	186	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,7%	22,0%	23,5%	1391	1303	186	2,2 p.p.	2,2 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,3%	19,1%	21,1%	1391	1303	186	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	18,7%	16,3%	12,8%	1391	1303	186	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,2%	9,6%	5,4%	1391	1303	186	1,6 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,7%	2,7%	1,3%	1391	1303	186	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	72,1	63,8	46,1	1391	1303	186	7,0	6,7	13,0	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	3,8%	6,4%	10,2%	1391	1303	186	1,0 p.p.	1,3 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,5%	22,3%	21,2%	1391	1303	186	2,2 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	22,3%	20,9%	20,5%	1391	1303	186	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,1%	21,1%	22,5%	1391	1303	186	2,0 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	19,9%	20,3%	11,6%	1391	1303	186	2,1 p.p.	2,2 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,7%	7,8%	13,0%	1391	1303	186	1,6 p.p.	1,5 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,8%	1,2%	1,0%	1391	1303	186	0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	69,8	56,7	59,3	1391	1303	186	6,8	5,3	15,4	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	7,5%	10,2%	12,1%	1391	1303	186	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,4%	23,2%	24,2%	1391	1303	186	2,2 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,7%	22,9%	24,1%	1391	1303	186	2,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,8%	17,3%	16,0%	1391	1303	186	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	18,5%	17,4%	13,9%	1391	1303	186	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,5%	6,5%	6,5%	1391	1303	186	1,6 p.p.	1,3 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,7%	2,5%	3,1%	1391	1303	186	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	71,6	56,8	56,8	1391	1303	186	7,2	6,5	17,5	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	6,4%	8,1%	16,9%	1391	1303	186	1,3 p.p.	1,5 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,1%	21,9%	18,1%	1391	1303	186	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,4%	17,8%	23,9%	1391	1303	186	2,2 p.p.	2,1 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,6%	18,8%	13,9%	1391	1303	186	1,9 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	20,0%	22,2%	15,4%	1391	1303	186	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,5%	9,1%	9,8%	1391	1303	186	1,6 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	5,0%	2,1%	2,0%	1391	1303	186	1,1 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	79,0	64,2	57,6	1391	1303	186	8,4	6,3	16,9	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviços VoIP pagos e gratuitos												
SKYPE - pago	2,2%	4,6%	7,7%	748	645	130	1,0 p.p.	1,6 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	96,0%	92,4%	89,8%	748	645	130	1,4 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	1,8%	3,0%	2,5%	748	645	130	0,9 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - pago	30,4%	28,8%	86,2%	19	18	2	20,7 p.p.	20,9 p.p.	47,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - gratuito	58,8%	55,9%	13,8%	19	18	2	22,1 p.p.	22,9 p.p.	47,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - NS/NR	10,7%	15,3%		19	18		13,9 p.p.	16,6 p.p.		Não Sig.		
FACETIME - pago	6,6%	4,6%		169	97		3,7 p.p.	4,2 p.p.		Não Sig.		
FACETIME - gratuito	83,4%	85,1%	100,0%	169	97	7	5,6 p.p.	7,1 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
FACETIME - NS/NR	10,0%	10,3%		169	97		4,5 p.p.	6,0 p.p.		Não Sig.		
VIBER - pago	2,2%	2,8%		242	230		1,8 p.p.	2,1 p.p.		Não Sig.		
VIBER - gratuito	94,0%	89,1%	98,8%	242	230	27	3,0 p.p.	4,0 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
VIBER - NS/NR	3,8%	8,1%	1,2%	242	230	27	2,4 p.p.	3,5 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - pago	8,4%	2,0%		313	221		3,1 p.p.	1,9 p.p.		Sig.		
WHATSAPP - gratuito	88,0%	92,1%	84,4%	313	221	31	3,6 p.p.	3,6 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	3,7%	5,9%	15,6%	313	221	31	2,1 p.p.	3,1 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,0%	2,6%	1,1%	713	571	87	1,0 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	96,3%	91,7%	94,4%	713	571	87	1,4 p.p.	2,3 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	1,6%	5,7%	4,6%	713	571	87	0,9 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	7,3%	1,7%		172	146		3,9 p.p.	2,1 p.p.		Não Sig.		
HANGOUTS - gratuito	83,8%	84,1%	96,9%	172	146	13	5,5 p.p.	5,9 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	8,9%	14,2%	3,1%	172	146	13	4,3 p.p.	5,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT- pago	27,9%	15,9%		32	25		15,5 p.p.	14,3 p.p.		Não Sig.		
WECHAT - gratuito	47,2%	67,0%	90,6%	32	25	6	17,3 p.p.	18,4 p.p.	23,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	24,9%	17,1%	9,4%	32	25	6	15,0 p.p.	14,8 p.p.	23,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ - pago	21,6%	20,2%		25	10		16,1 p.p.	24,9 p.p.		Não Sig.		
QQ - gratuito	60,0%	70,2%	86,7%	25	10	3	19,2 p.p.	28,4 p.p.	38,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ - NS/NR	18,4%	9,7%	13,3%	25	10	3	15,2 p.p.	18,3 p.p.	38,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINE - pago	22,6%	7,3%		31	20		14,7 p.p.	11,4 p.p.		Não Sig.		
LINE - gratuito	57,2%	59,9%	100,0%	31	20	3	17,4 p.p.	21,5 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
LINE - NS/NR	20,2%	32,8%		31	20		14,1 p.p.	20,6 p.p.		Não Sig.		
TANGO - pago	23,6%	36,7%		14	8		22,2 p.p.	33,4 p.p.		Não Sig.		
TANGO - gratuito	43,6%	56,0%	100,0%	14	8	1	26,0 p.p.	34,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TANGO - NS/NR	32,8%	7,3%		14	8		24,6 p.p.	18,0 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - pago	20,7%	34,8%		18	21		18,7 p.p.	20,4 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - gratuito	79,3%	55,9%	100,0%	18	21	2	18,7 p.p.	21,2 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
OUTRO - NS/NR		9,3%			21			12,4 p.p.				

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	4,4%	5,7%	12,3%	979	851	161	1,3 p.p.	1,6 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Não	79,0%	68,7%	60,4%	979	851	161	2,5 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	16,6%	25,6%	27,3%	979	851	161	2,3 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

média	8,5	11,0	7,3	45	47	21	3,2	8,6	2,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	-----	------	-----	----	----	----	-----	-----	-----	----------	----------	----------

Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos

WHATSAPP - pago	4,4%	3,0%	5,6%	453	278	34	1,9 p.p.	2,0 p.p.	7,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - gratuito	92,7%	93,0%	87,5%	453	278	34	2,4 p.p.	3,0 p.p.	11,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	2,9%	4,1%	6,9%	453	278	34	1,6 p.p.	2,3 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	1,7%	3,1%	2,4%	1245	977	141	0,7 p.p.	1,1 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	96,2%	92,2%	88,7%	1245	977	141	1,1 p.p.	1,7 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	2,1%	4,7%	8,8%	1245	977	141	0,8 p.p.	1,3 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - pago	1,8%	3,7%	7,6%	611	519	103	1,0 p.p.	1,6 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	97,3%	92,3%	90,2%	611	519	103	1,3 p.p.	2,3 p.p.	5,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	0,9%	3,9%	2,2%	611	519	103	0,8 p.p.	1,7 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - pago	2,3%	2,4%		198	170		2,1 p.p.	2,3 p.p.		Não Sig.		
VIBER - gratuito	91,1%	94,5%	79,4%	198	170	18	4,0 p.p.	3,4 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	6,6%	3,0%	20,6%	198	170	18	3,5 p.p.	2,6 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	2,6%	2,1%		206	171		2,2 p.p.	2,1 p.p.		Não Sig.		
HANGOUTS - gratuito	96,9%	92,3%	89,6%	206	171	19	2,4 p.p.	4,0 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	0,6%	5,6%	10,4%	206	171	19	1,0 p.p.	3,4 p.p.	13,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - pago	4,0%	12,6%		9	10		12,8 p.p.	20,6 p.p.		Não Sig.		
WECHAT - gratuito	81,5%	71,4%	100,0%	9	10	3	25,4 p.p.	28,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
WECHAT - NS/NR	14,6%	16,0%		9	10		23,0 p.p.	22,7 p.p.		Não Sig.		
LINE - pago	4,1%	36,4%		9	5							
LINE - gratuito	95,9%	63,6%	100,0%	9	5	2						
LINE - NS/NR												
QQ - pago	10,2%	100,0%		4	1							
QQ - gratuito	89,8%		100,0%	4		1						
QQ - NS/NR												
TANGO - pago	5,4%	82,7%		6	2							
TANGO - gratuito	94,6%	17,3%		6	2							
TANGO - NS/NR												
OUTRO - pago		18,3%			14			20,3 p.p.				
OUTRO - gratuito	97,4%	77,6%	100,0%	21	14	2	6,8 p.p.	21,8 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
OUTRO - NS/NR	2,6%	4,1%		21	14		6,8 p.p.	10,4 p.p.		Não Sig.		

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	3,6%	4,5%	8,1%	1345	1091	176	1,0 p.p.	1,2 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	79,0%	71,7%	55,8%	1345	1091	176	2,2 p.p.	2,7 p.p.	7,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	17,5%	23,7%	36,1%	1345	1091	176	2,0 p.p.	2,5 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

média	4,7	10,8	5,0	54	48	13	1,0	9,4	1,8	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	-----	------	-----	----	----	----	-----	-----	-----	----------	----------	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços de audiovisual pagos e gratuitos

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
YOUTUBE - pago	1,2%	1,6%	0,3%	1405	1190	189	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - gratuito	97,6%	95,9%	96,6%	1405	1190	189	0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	1,2%	2,5%	3,1%	1405	1190	189	0,6 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - pago	11,3%	5,4%	5,5%	469	186	15	2,9 p.p.	3,3 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - gratuito	87,7%	93,8%	94,5%	469	186	15	3,0 p.p.	3,5 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR	1,0%	0,8%		469	186		0,9 p.p.	1,3 p.p.		Não Sig.		
VINE - pago	0,4%	7,9%		94	17		1,2 p.p.	12,8 p.p.		Não Sig.		
VINE - gratuito	96,3%	81,5%	100,0%	94	17	1	3,8 p.p.	18,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
VINE - NS/NR	3,3%	10,6%		94	17		3,6 p.p.	14,6 p.p.		Não Sig.		
VIMEO - pago	1,6%	1,3%		201	197		1,7 p.p.	1,6 p.p.		Não Sig.		
VIMEO - gratuito	96,1%	91,9%	96,8%	201	197	23	2,7 p.p.	3,8 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	2,4%	6,8%	3,2%	201	197	23	2,1 p.p.	3,5 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - pago	16,4%	11,1%	18,5%	73	45	12	8,5 p.p.	9,2 p.p.	22,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - gratuito	77,6%	63,6%	34,1%	73	45	12	9,6 p.p.	14,1 p.p.	26,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	6,0%	25,3%	47,4%	73	45	12	5,4 p.p.	12,7 p.p.	28,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - pago	16,3%	17,5%	31,1%	146	121	19	6,0 p.p.	6,8 p.p.	20,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - gratuito	76,3%	69,7%	61,0%	146	121	19	6,9 p.p.	8,2 p.p.	21,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	7,4%	12,8%	7,8%	146	121	19	4,3 p.p.	6,0 p.p.	12,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - pago	1,2%	2,6%		165	173		1,7 p.p.	2,4 p.p.		Não Sig.		
RTP PLAY - gratuito	94,4%	90,7%	87,6%	165	173	36	3,5 p.p.	4,3 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	4,4%	6,7%	12,4%	165	173	36	3,1 p.p.	3,7 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - pago	15,4%	9,7%	32,9%	155	126	20	5,7 p.p.	5,2 p.p.	20,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - gratuito	72,0%	82,8%	59,1%	155	126	20	7,1 p.p.	6,6 p.p.	21,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	12,6%	7,5%	8,0%	155	126	20	5,2 p.p.	4,6 p.p.	11,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - pago	1,3%	2,1%		135	121		1,9 p.p.	2,5 p.p.		Não Sig.		
TVI PLAYER - gratuito	95,5%	87,3%	94,6%	135	121	25	3,5 p.p.	5,9 p.p.	8,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	3,2%	10,6%	5,4%	135	121	25	3,0 p.p.	5,5 p.p.	8,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - pago	4,8%	3,0%		144	64		3,5 p.p.	4,2 p.p.		Não Sig.		
SOUNDCLOUD - gratuito	86,1%	91,1%	100,0%	144	64	4	5,6 p.p.	7,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	9,0%	5,9%		144	64		4,7 p.p.	5,8 p.p.		Não Sig.		
METACAFE - pago		11,2%			19			14,2 p.p.				
METACAFE - gratuito	85,5%	88,8%		22	19		14,7 p.p.	14,2 p.p.		Não Sig.		
METACAFE - NS/NR	14,5%			22			14,7 p.p.					
TIDAL - pago	80,7%	80,6%		2	2							
TIDAL - gratuito		19,4%			2							
TIDAL - NS/NR	19,3%			2								
RHAPSODY - pago		36,4%			5							
RHAPSODY - gratuito		18,1%	32,2%		5	2						
RHAPSODY - NS/NR	100,0%	45,5%	67,8%	2	5	2						
OUTRO - pago	5,6%	24,3%	60,8%	39	35	2	7,2 p.p.	14,2 p.p.	67,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	94,4%	75,7%	39,2%	39	35	2	7,2 p.p.	14,2 p.p.	67,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR												
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado												
Sim	9,3%	5,9%	7,3%	1380	1173	187	1,5 p.p.	1,4 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	67,4%	71,9%	60,8%	1380	1173	187	2,5 p.p.	2,6 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
NS/NR	23,3%	22,2%	31,9%	1380	1173	187	2,2 p.p.	2,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado												
média	6,7	9,9	6,3	105	54	10	1,2	7,9	2,7	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Redes sociais pagas e gratuitas

FACEBOOK - pago	1,6%	1,6%	2,8%	1355	1173	194	0,7 p.p.	0,7 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK - gratuito	96,5%	97,3%	94,7%	1355	1173	194	1,0 p.p.	0,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK - NS/NR	1,9%	1,2%	2,5%	1355	1173	194	0,7 p.p.	0,6 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - pago	2,2%			605			1,2 p.p.					
INSTAGRAM - gratuito	96,0%	97,6%	83,2%	605	224	25	1,6 p.p.	2,0 p.p.	14,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	1,7%	2,4%	16,8%	605	224	25	1,0 p.p.	2,0 p.p.	14,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINKEDIN - pago	2,3%	1,0%		376	355		1,5 p.p.	1,1 p.p.		Não Sig.		
LINKEDIN - gratuito	96,9%	95,3%	97,5%	376	355	46	1,8 p.p.	2,2 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR	0,8%	3,7%	2,5%	376	355	46	0,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - pago	2,1%	1,7%	1,0%	180	242	51	2,1 p.p.	1,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - gratuito	92,2%	93,2%	84,7%	180	242	51	3,9 p.p.	3,2 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	5,7%	5,2%	14,3%	180	242	51	3,4 p.p.	2,8 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TWITTER - pago	1,6%	0,9%		217	185		1,6 p.p.	1,4 p.p.		Não Sig.		
TWITTER - gratuito	95,5%	95,5%	98,5%	217	185	32	2,8 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	3,0%	3,6%	1,5%	217	185	32	2,3 p.p.	2,7 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
PINTEREST - pago	2,1%	1,7%		235	130		1,8 p.p.	2,2 p.p.		Não Sig.		
PINTEREST - gratuito	95,8%	95,5%	91,1%	235	130	19	2,6 p.p.	3,6 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	2,1%	2,8%	8,9%	235	130	19	1,8 p.p.	2,9 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MYSAPCE - pago	1,4%			30			4,2 p.p.					
MYSAPCE - gratuito	97,5%	95,8%	100,0%	30	21	7	5,5 p.p.	8,6 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MYSAPCE - NS/NR	1,1%	4,2%		30	21		3,7 p.p.	8,6 p.p.		Não Sig.		
FLIRCK - pago	1,6%	1,9%		29	23		4,6 p.p.	5,5 p.p.		Não Sig.		
FLIRCK - gratuito	97,1%	97,5%	100,0%	29	23	4	6,1 p.p.	6,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FLIRCK - NS/NR	1,3%	0,7%		29	23		4,1 p.p.	3,3 p.p.		Não Sig.		
TUMBLR - pago	2,9%			146			2,7 p.p.					
TUMBLR - gratuito	95,1%	99,0%	100,0%	146	38	4	3,5 p.p.	3,1 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR	2,1%	1,0%		146	38		2,3 p.p.	3,1 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - pago		36,5%			6			38,5 p.p.				
OUTRO - gratuito	100,0%	63,5%	100,0%	16	6	1	0,0 p.p.	38,5 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR												

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

Sim	4,2%	5,3%	7,4%	1348	1178	187	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	75,9%	71,1%	65,2%	1348	1178	187	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	19,9%	23,6%	27,4%	1348	1178	187	2,1 p.p.	2,4 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

média	5,3	11,5	4,6	61	56	9	2,4	7,0	1,2	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	-----	------	-----	----	----	---	-----	-----	-----	----------	----------	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos

DROPBOX - pago	1,5%	1,7%	0,3%	768	555	70	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
DROPBOX - gratuito	96,9%	95,4%	96,3%	768	555	70	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	1,6%	2,9%	3,3%	768	555	70	0,9 p.p.	1,4 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - pago	1,5%	1,8%		614	542		0,9 p.p.	1,1 p.p.		Não Sig.		
GOOGLE DRIVE - gratuito	94,5%	93,7%	92,1%	614	542	65	1,8 p.p.	2,0 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	4,0%	4,4%	7,9%	614	542	65	1,5 p.p.	1,7 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - pago	3,1%	1,5%		315	210		1,9 p.p.	1,6 p.p.		Não Sig.		
ONEDRIVE - gratuito	93,5%	92,9%	97,4%	315	210	26	2,7 p.p.	3,5 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	3,3%	5,6%	2,6%	315	210	26	2,0 p.p.	3,1 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - pago	5,3%	1,6%	3,9%	170	143	25	3,4 p.p.	2,1 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - gratuito	90,5%	90,8%	89,5%	170	143	25	4,4 p.p.	4,7 p.p.	12,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	4,1%	7,6%	6,6%	170	143	25	3,0 p.p.	4,3 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - pago	7,6%	2,2%		137	164		4,4 p.p.	2,3 p.p.		Não Sig.		
MEO CLOUD - gratuito	92,1%	92,0%	100,0%	137	164	19	4,5 p.p.	4,1 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	0,3%	5,7%		137	164		0,9 p.p.	3,6 p.p.		Sig.		
GOOGLE HANGOUTS - pago		3,5%			68			4,4 p.p.				
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	97,4%	85,2%	100,0%	70	68	10	3,8 p.p.	8,5 p.p.	0,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	2,6%	11,4%		70	68		3,8 p.p.	7,5 p.p.		Não Sig.		
OFFICE 365 - pago	9,4%	19,9%	43,0%	157	95	15	4,6 p.p.	8,0 p.p.	25,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - gratuito	85,0%	73,7%	57,0%	157	95	15	5,6 p.p.	8,8 p.p.	25,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	5,5%	6,4%		157	95		3,6 p.p.	4,9 p.p.		Não Sig.		
TEAM VIEWER - pago	1,0%	2,8%		124	109		1,7 p.p.	3,1 p.p.		Não Sig.		
TEAM VIEWER - gratuito	94,0%	95,3%	100,0%	124	109	8	4,2 p.p.	4,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	5,1%	1,9%		124	109		3,9 p.p.	2,5 p.p.		Não Sig.		
SALESFORCE - pago	9,6%			4								
SALESFORCE - gratuito	90,4%	86,9%	100,0%	4	5	1						
SALESFORCE - NS/NR		13,1%			5							
OUTRO - pago	19,4%			26			15,2 p.p.					
OUTRO - gratuito	77,7%	100,0%	100,0%	26	20	3	16,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	2,9%			26			6,5 p.p.					

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	7,7%	9,1%	6,8%	1059	889	116	1,6 p.p.	1,9 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	71,6%	64,3%	53,6%	1059	889	116	2,7 p.p.	3,1 p.p.	9,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	20,7%	26,6%	39,7%	1059	889	116	2,4 p.p.	2,9 p.p.	8,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

média	6,1	10,4	11,3	82	59	7	1,1	6,9	6,4	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	-----	------	------	----	----	---	-----	-----	-----	----------	----------	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

SKYPE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	17,6%	29,4%	46,1%	325	223	47	4,1 p.p.	6,0 p.p.	14,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	62,1%	47,1%	20,7%	325	223	47	5,3 p.p.	6,6 p.p.	11,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - NS/NR	20,3%	23,5%	33,2%	325	223	47	4,4 p.p.	5,6 p.p.	13,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	17,3%	25,8%	100,0%	14	14	1	19,8 p.p.	22,9 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratuito	70,8%	63,2%		14	14		23,8 p.p.	25,3 p.p.		Não Sig.		
SKYPEOUT - NS/NR	11,9%	11,0%		14	14		16,9 p.p.	16,4 p.p.		Não Sig.		
FACETIME - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,8%	24,2%	40,1%	97	40	5	6,9 p.p.	13,3 p.p.	43,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACETIME - tráfego de dados não gratuito	58,7%	55,2%	59,9%	97	40	5	9,8 p.p.	15,4 p.p.	43,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACETIME - NS/NR	27,5%	20,6%		97	40		8,9 p.p.	12,5 p.p.		Não Sig.		
VIBER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	19,8%	20,1%	43,8%	130	96	13	6,8 p.p.	8,0 p.p.	27,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	66,9%	54,1%	22,5%	130	96	13	8,1 p.p.	10,0 p.p.	22,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	13,4%	25,9%	33,7%	130	96	13	5,9 p.p.	8,8 p.p.	25,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	23,9%	26,0%	32,0%	215	124	16	5,7 p.p.	7,7 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	64,6%	54,9%	20,3%	215	124	16	6,4 p.p.	8,8 p.p.	19,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
WHATSAPP - NS/NR	11,5%	19,1%	47,6%	215	124	16	4,3 p.p.	6,9 p.p.	24,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	25,1%	28,3%	33,6%	338	228	26	4,6 p.p.	5,8 p.p.	18,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	59,3%	49,5%	28,5%	338	228	26	5,2 p.p.	6,5 p.p.	17,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	15,6%	22,2%	37,9%	338	228	26	3,9 p.p.	5,4 p.p.	18,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	17,3%	29,2%	93,4%	87	62	6	7,9 p.p.	11,3 p.p.	19,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	58,9%	38,8%		87	62		10,3 p.p.	12,1 p.p.		Não Sig.		
HANGOUTS - NS/NR	23,8%	32,0%	6,6%	87	62	6	8,9 p.p.	11,6 p.p.	19,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	30,8%	60,4%	42,1%	19	14	4	20,7 p.p.	25,6 p.p.	48,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	59,9%	29,7%	22,6%	19	14	4	22,0 p.p.	23,9 p.p.	41,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	9,4%	9,9%	35,3%	19	14	4	13,1 p.p.	15,6 p.p.	46,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,5%	51,5%	52,1%	14	8	2	17,9 p.p.	34,6 p.p.	69,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ - tráfego de dados não gratuito	78,3%	38,8%		14	8		21,6 p.p.	33,8 p.p.		Não Sig.		
QQ - NS/NR	8,2%	9,7%	47,9%	14	8	2	14,4 p.p.	20,5 p.p.	69,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	11,6%	27,1%	54,4%	16	14	3	15,7 p.p.	23,3 p.p.	56,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINE - tráfego de dados não gratuito	81,4%	45,4%		16	14		19,1 p.p.	26,1 p.p.		Não Sig.		
LINE - NS/NR	7,0%	27,5%	45,6%	16	14	3	12,5 p.p.	23,4 p.p.	56,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TANGO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	43,8%	44,3%	100,0%	11	8	1	29,3 p.p.	34,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TANGO - tráfego de dados não gratuito	32,6%	40,8%		11	8		27,7 p.p.	34,1 p.p.		Não Sig.		
TANGO - NS/NR	23,6%	14,9%		11	8		25,1 p.p.	24,7 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	15,7%		100,0%	6		1						
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	67,3%	93,2%		6	8							
OUTRO - NS/NR	17,1%	6,8%		6	8							

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	25,9%	26,3%	51,7%	324	182	20	4,8 p.p.	6,4 p.p.	21,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	62,6%	59,2%	27,3%	324	182	20	5,3 p.p.	7,1 p.p.	19,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
WHATSAPP - NS/NR	11,5%	14,5%	21,0%	324	182	20	3,5 p.p.	5,1 p.p.	17,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados gratuito	24,7%	32,3%	49,5%	562	366	42	3,6 p.p.	4,8 p.p.	15,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	60,9%	47,7%	12,3%	562	366	42	4,0 p.p.	5,1 p.p.	9,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	14,4%	20,1%	38,2%	562	366	42	2,9 p.p.	4,1 p.p.	14,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	23,0%	35,6%	64,4%	245	190	37	5,3 p.p.	6,8 p.p.	15,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	60,6%	45,6%	23,5%	245	190	37	6,1 p.p.	7,1 p.p.	13,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - NS/NR	16,4%	18,8%	12,1%	245	190	37	4,6 p.p.	5,6 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados gratuito	24,5%	18,7%	56,5%	110	84	9	8,0 p.p.	8,3 p.p.	32,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	58,8%	61,9%	28,7%	110	84	9	9,2 p.p.	10,4 p.p.	29,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	16,7%	19,5%	14,8%	110	84	9	7,0 p.p.	8,5 p.p.	23,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	27,1%	26,1%	48,8%	102	77	6	8,6 p.p.	9,8 p.p.	40,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	54,3%	59,4%	45,7%	102	77	6	9,7 p.p.	11,0 p.p.	39,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	18,5%	14,4%	5,5%	102	77	6	7,5 p.p.	7,8 p.p.	18,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados gratuito	6,4%	41,9%	89,5%	7	5	2						
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	83,4%	20,8%		7	5							
WECHAT - NS/NR	10,2%	37,4%	10,5%	7	5	2						
LINE - tráfego de dados gratuito	4,6%	39,7%		7	4							
LINE - tráfego de dados não gratuito	44,2%	60,3%		7	4							
LINE - NS/NR	51,2%		100,0%	7		1						
QQ - tráfego de dados gratuito	11,0%	100,0%		3	1							
QQ - tráfego de dados não gratuito	24,1%			3								
QQ - NS/NR	64,8%			3								
TANGO - tráfego de dados gratuito	51,6%	82,7%		6	2							
TANGO - tráfego de dados não gratuito	48,4%	17,3%		6	2							
TANGO - NS/NR												
OUTRO - tráfego de dados gratuito	13,1%	22,3%		15	10		17,1 p.p.	25,8 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	66,9%	77,7%	100,0%	15	10	1	23,8 p.p.	25,8 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	19,9%			15			20,2 p.p.					

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito												
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	8,7%	27,3%	52,3%	583	429	60	2,3 p.p.	4,2 p.p.	12,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuito	82,5%	53,6%	26,0%	583	429	60	3,1 p.p.	4,7 p.p.	11,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
YOUTUBE - NS/NR	8,8%	19,2%	21,8%	583	429	60	2,3 p.p.	3,7 p.p.	10,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	14,1%	35,1%	71,4%	209	75	5	4,7 p.p.	10,8 p.p.	39,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	81,4%	55,8%		209	75		Sig.	11,2 p.p.		Sig.		
SPOTIFY - NS/NR	4,6%	9,1%	28,6%	209	75	5	2,8 p.p.	6,5 p.p.	39,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	5,7%	53,8%		42	7		7,0 p.p.	36,9 p.p.		Sig.		
VINE - tráfego de dados não gratuito	83,6%	46,2%	100,0%	42	7	1	11,2 p.p.	36,9 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
VINE - NS/NR	10,8%			42			9,4 p.p.					
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	2,0%	20,8%	37,8%	73	71	9	3,2 p.p.	9,4 p.p.	31,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	80,7%	61,9%	54,2%	73	71	9	9,1 p.p.	11,3 p.p.	32,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	17,3%	17,3%	7,9%	73	71	9	8,7 p.p.	8,8 p.p.	17,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego de dados não gratuit	3,4%	58,5%	61,4%	28	18	8	6,7 p.p.	22,8 p.p.	33,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gratuito	57,9%	36,7%	4,5%	28	18	8	18,3 p.p.	22,3 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	38,7%	4,8%	34,1%	28	18	8	18,0 p.p.	9,9 p.p.	32,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego de dados não gratuit	56,7%	64,6%	77,0%	90	56	13	10,2 p.p.	12,5 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gratuito	32,9%	19,6%	23,0%	90	56	13	9,7 p.p.	10,4 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	10,3%	15,8%		90	56		6,3 p.p.	9,5 p.p.		Não Sig.		
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	8,2%	32,5%	39,6%	68	57	16	6,5 p.p.	12,2 p.p.	24,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuito	83,4%	53,2%	28,3%	68	57	16	8,8 p.p.	13,0 p.p.	22,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	8,3%	14,3%	32,1%	68	57	16	6,6 p.p.	9,1 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	29,4%	57,5%	88,6%	87	51	10	9,6 p.p.	13,6 p.p.	19,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito	57,5%	31,0%	11,4%	87	51	10	10,4 p.p.	12,7 p.p.	19,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	13,1%	11,5%		87	51		7,1 p.p.	8,8 p.p.		Não Sig.		
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	9,7%	37,2%	45,6%	63	47	17	7,3 p.p.	13,8 p.p.	23,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratuito	75,0%	39,5%	20,7%	63	47	17	10,7 p.p.	14,0 p.p.	19,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	15,3%	23,3%	33,7%	63	47	17	8,9 p.p.	12,1 p.p.	22,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratui	8,6%	34,1%	46,5%	56	29	2	5,9 p.p.	17,2 p.p.	69,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gratuito	77,5%	40,9%	53,5%	56	29	2	10,9 p.p.	17,9 p.p.	69,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	13,9%	25,0%		56	29		9,1 p.p.	15,8 p.p.		Não Sig.		
METACAFE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	24,3%	43,6%		9	7							
METACAFE - tráfego de dados não gratuito	69,1%	43,6%		9	7							
METACAFE - NS/NR	6,6%	12,8%		9	7							
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		80,6%			2							
TIDAL - tráfego de dados não gratuito		19,4%			2							
TIDAL - NS/NR	100,0%			1								
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		69,5%	67,8%		3	2						
RHAPSODY - tráfego de dados não gratuito	38,5%	16,5%	32,2%	2	3	2						
RHAPSODY - NS/NR	61,5%	14,0%		2	3							
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	2,9%	22,2%		15	18		8,5 p.p.	19,2 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	97,1%	65,7%	100,0%	15	18	1	8,5 p.p.	21,9 p.p.	0,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
OUTRO - NS/NR		12,0%			18							

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

DROPBOX - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	14,8%	29,2%	28,3%	317	232	27	3,9 p.p.	5,9 p.p.	17,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
DROPBOX - tráfego de dados não gratuito	71,1%	56,7%	27,6%	317	232	27	5,0 p.p.	6,4 p.p.	16,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
DROPBOX - NS/NR	14,1%	14,0%	44,2%	317	232	27	3,8 p.p.	4,5 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratu	11,1%	28,7%	38,1%	242	203	24	4,0 p.p.	6,2 p.p.	19,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não gratuito	73,5%	60,1%	33,7%	242	203	24	5,6 p.p.	6,7 p.p.	18,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	15,5%	11,2%	28,2%	242	203	24	4,6 p.p.	4,3 p.p.	18,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	19,0%	26,8%	43,8%	129	93	10	6,8 p.p.	9,0 p.p.	30,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratuito	67,3%	54,6%	37,1%	129	93	10	8,1 p.p.	10,1 p.p.	29,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	13,7%	18,6%	19,1%	129	93	10	5,9 p.p.	7,9 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	18,1%	28,2%	36,6%	88	68	15	8,0 p.p.	10,7 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	64,3%	47,3%	26,4%	88	68	15	10,0 p.p.	11,9 p.p.	22,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	17,7%	24,5%	37,1%	88	68	15	8,0 p.p.	10,2 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	29,9%	39,9%	46,8%	63	75	8	11,3 p.p.	11,1 p.p.	34,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados não gratuito	59,2%	42,0%	23,3%	63	75	8	12,1 p.p.	11,2 p.p.	29,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	10,8%	18,0%	29,9%	63	75	8	7,7 p.p.	8,7 p.p.	31,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não	8,1%	15,4%	40,7%	29	26	2	9,9 p.p.	13,9 p.p.	68,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	76,8%	71,2%	59,3%	29	26	2	15,3 p.p.	17,4 p.p.	68,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	15,1%	13,5%		29	26		13,0 p.p.	13,1 p.p.		Não Sig.		
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	21,3%	41,3%	17,6%	72	40	6	9,5 p.p.	15,3 p.p.	30,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratuito	57,0%	29,3%	54,1%	72	40	6	11,4 p.p.	14,1 p.p.	39,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	21,7%	29,5%	28,4%	72	40	6	9,5 p.p.	14,1 p.p.	36,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfego de dados não gratui	10,8%	19,2%	78,3%	50	46	3	8,6 p.p.	11,4 p.p.	46,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gratuito	61,1%	47,6%	21,7%	50	46	3	13,5 p.p.	14,4 p.p.	46,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	28,0%	33,2%		50	46		12,4 p.p.	13,6 p.p.		Não Sig.		
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito			100,0%			1						
SALESFORCE - tráfego de dados não gratuito		89,4%			3							
SALESFORCE - NS/NR	100,0%	10,6%		1	3							
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito			83,9%			2			50,9 p.p.			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	93,3%	87,7%	16,1%	10	8	2	15,5 p.p.	22,8 p.p.	50,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	6,7%	12,3%		10	8		15,5 p.p.	22,8 p.p.		Não Sig.		

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

MEO	7,5	7,4	7,8	970	881	125	0,2	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	7,7	7,6	8,0	847	773	165	0,2	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vodafone	8,2	8,4	8,4	461	357	55	0,2	0,2	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cabovisão	7,2	7,0	7,6	126	106	19	0,5	0,6	0,9	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	6,8	9,0		6	2							

Satisfação com o operador de Internet móvel

MEO	7,3	7,5	7,6	411	376	55	0,2	0,2	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	7,6	7,5	7,9	254	255	54	0,3	0,3	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vodafone	7,5	8,2	8,8	362	182	12	0,3	0,3	0,8	Sig.	Sig.	Não Sig.
Moche	7,7	4,5		26	2		1,0	1,7	0,0	Sig.		
Yorn	7,3	8,7		64	8		0,6	1,0	0,0	Não Sig.		
Lycamobile	5,2			2								
Continente Mobile	6,0			1								
UZO		6,6			4							
Phone-ix												
Outro	9,0	6,6	7,0	19	8	1	0,6	2,3	0,0	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa												
Adequação dos tarifários	45,6%	49,2%	47,7%	874	751	148	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	27,0%	38,8%	39,8%	874	751	148	2,9 p.p.	3,5 p.p.	7,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Assistência/ Apoio técnico	40,0%	48,4%	60,0%	874	751	148	3,2 p.p.	3,6 p.p.	7,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Atendimento	28,4%	39,2%	58,5%	874	751	148	3,0 p.p.	3,5 p.p.	7,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	21,9%	23,8%	39,4%	874	751	148	2,7 p.p.	3,0 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Cobertura e velocidade	73,4%	72,1%	71,7%	874	751	148	2,9 p.p.	3,2 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade	26,1%	32,0%	45,0%	874	751	148	2,9 p.p.	3,3 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Cumprimento condições/ promoções	36,0%	38,6%	37,4%	874	751	148	3,2 p.p.	3,5 p.p.	7,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	15,4%	16,8%	21,4%	874	751	148	2,4 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	22,6%	24,8%	34,8%	874	751	148	2,8 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Preços	51,9%	50,5%	49,8%	874	751	148	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Proximidade aos clientes	13,8%	15,2%	23,5%	874	751	148	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	46,3%	43,1%	45,5%	874	751	148	3,3 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	43,4%	45,1%	49,3%	874	751	148	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,3%	0,6%	0,4%	874	751	148	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	0,4%	0,3%	0,2%	874	751	148	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa												
Preços/ Mensalidade/ Promoções	55,4%	56,5%	49,6%	287	293	41	5,7 p.p.	5,7 p.p.	15,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade do operador	15,9%	12,9%	13,0%	287	293	41	4,2 p.p.	3,8 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	59,4%	62,2%	65,9%	287	293	41	5,7 p.p.	5,6 p.p.	14,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturaçã	39,2%	33,7%	37,7%	287	293	41	5,6 p.p.	5,4 p.p.	14,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	51,2%	52,2%	43,8%	287	293	41	5,8 p.p.	5,7 p.p.	15,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	32,6%	43,6%	45,6%	287	293	41	5,4 p.p.	5,7 p.p.	15,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falt	23,8%	20,0%	12,8%	287	293	41	4,9 p.p.	4,6 p.p.	10,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	20,7%	22,1%	32,5%	287	293	41	4,7 p.p.	4,8 p.p.	14,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preço de chamdas de apoio ao cliente	23,5%	31,9%	37,2%	287	293	41	4,9 p.p.	5,3 p.p.	14,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	28,4%	30,9%	19,7%	287	293	41	5,2 p.p.	5,3 p.p.	12,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,2%		287	293		0,8 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	0,6%	0,8%	0,5%	287	293	41	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel												
Adequação dos tarifários	72,6%	56,4%	68,7%	350	288	46	4,7 p.p.	5,7 p.p.	13,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	35,8%	43,0%	47,3%	350	288	46	5,0 p.p.	5,7 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Assistência/ Apoio técnico	32,2%	41,2%	37,6%	350	288	46	4,9 p.p.	5,7 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Atendimento	32,5%	38,4%	47,8%	350	288	46	4,9 p.p.	5,6 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	29,8%	30,9%	31,6%	350	288	46	4,8 p.p.	5,3 p.p.	13,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	71,6%	75,7%	65,8%	350	288	46	4,7 p.p.	5,0 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade	30,3%	40,1%	40,5%	350	288	46	4,8 p.p.	5,7 p.p.	14,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cumprimento condições/ promoções	38,6%	36,5%	46,8%	350	288	46	5,1 p.p.	5,6 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	20,8%	23,3%	23,7%	350	288	46	4,3 p.p.	4,9 p.p.	12,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	28,4%	29,5%	35,9%	350	288	46	4,7 p.p.	5,3 p.p.	13,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preços	66,4%	50,3%	46,1%	350	288	46	4,9 p.p.	5,8 p.p.	14,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Proximidade aos clientes	13,0%	23,6%	28,8%	350	288	46	3,5 p.p.	4,9 p.p.	13,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	35,8%	50,2%	38,1%	350	288	46	5,0 p.p.	5,8 p.p.	14,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	44,9%	42,1%	47,0%	350	288	46	5,2 p.p.	5,7 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,2%	0,5%		350	288		0,4 p.p.	0,8 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	0,2%	1,1%		350	288		0,5 p.p.	1,2 p.p.		Não Sig.		



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel												
Preços/ Mensalidade/ Promoções	74,9%	62,7%	42,9%	162	92	11	6,7 p.p.	9,9 p.p.	29,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade do operador	12,2%	13,8%	22,9%	162	92	11	5,0 p.p.	7,1 p.p.	24,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	43,0%	37,4%	68,2%	162	92	11	7,6 p.p.	9,9 p.p.	27,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturaçã	16,5%	17,7%	25,1%	162	92	11	5,7 p.p.	7,8 p.p.	25,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	43,7%	51,4%	52,5%	162	92	11	7,6 p.p.	10,2 p.p.	29,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	29,3%	34,4%	59,0%	162	92	11	7,0 p.p.	9,7 p.p.	29,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falt	17,8%	23,5%	32,7%	162	92	11	5,9 p.p.	8,7 p.p.	27,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	23,9%	13,6%	6,1%	162	92	11	6,6 p.p.	7,0 p.p.	14,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preço de chamadas de apoio ao cliente	20,4%	28,2%	60,4%	162	92	11	6,2 p.p.	9,2 p.p.	28,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	35,9%	19,8%	13,0%	162	92	11	7,4 p.p.	8,1 p.p.	19,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	3,2%			162			2,7 p.p.					
NS/NR	1,1%	2,7%		162	92		1,6 p.p.	3,3 p.p.		Não Sig.		
Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado												
Voz:												
1 - 5	8,0%	7,6%	10,4%	873	767	140	1,8 p.p.	1,9 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	62,1%	60,5%	63,7%	873	767	140	3,2 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	29,8%	31,9%	25,8%	873	767	140	3,0 p.p.	3,3 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,7	7,8	7,6	891	781	147	0,1	0,1	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vídeo:												
1 - 5	7,3%	7,9%	5,7%	690	635	125	1,9 p.p.	2,1 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	66,6%	65,2%	68,8%	690	635	125	3,5 p.p.	3,7 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	26,1%	27,0%	25,5%	690	635	125	3,3 p.p.	3,5 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,6	7,6	7,8	698	643	126	0,1	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
1 - 5	3,4%	2,5%	3,9%	1393	1167	196	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	40,9%	53,1%	53,6%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	55,3%	44,2%	41,8%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,4	8,2	8,1	1393	1167	196	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Não Sig.
Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado												
1 - 5	2,7%	3,7%	5,8%	1439	1230	199	0,8 p.p.	1,1 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	42,4%	53,6%	61,1%	1439	1230	199	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	54,9%	42,5%	32,1%	1439	1230	199	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
média	8,5	8,1	7,8	1439	1230	199	0,1	0,1	0,3	Sig.	Sig.	Não Sig.
Satisfação com a rede social mais utilizada												
1 - 5	4,8%	7,1%	3,4%	1392	1213	200	1,1 p.p.	1,4 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	52,9%	58,0%	65,9%	1392	1213	200	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	42,1%	34,6%	30,7%	1392	1213	200	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,0	7,8	7,8	1392	1213	200	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
1 - 5	2,7%	3,4%	2,9%	1111	945	124	0,9 p.p.	1,1 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	49,2%	56,8%	44,2%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
9 - 10	47,7%	39,3%	50,3%	1111	945	124	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,3	8,1	8,4	1111	945	124	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado												
1 - 5	1,1%	1,5%	1,7%	1391	1303	186	0,5 p.p.	0,7 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	27,9%	37,2%	41,0%	1391	1303	186	2,4 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	70,9%	61,3%	57,2%	1391	1303	186	2,4 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,9	8,7	8,5	1391	1303	186	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado												
Voz:												
Quebras de ligação	48,0%	57,4%	63,8%	71	63	17	11,6 p.p.	12,2 p.p.	22,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	11,8%	15,4%	2,4%	71	63	17	7,5 p.p.	8,9 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	9,3%	4,6%		71	63		6,8 p.p.	5,2 p.p.		Não Sig.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Tamanho/ peso da aplicação	2,4%	1,6%		71	63		3,6 p.p.	3,1 p.p.		Não Sig.		
Outros motivos	14,8%	10,7%	16,9%	71	63	17	8,3 p.p.	7,6 p.p.	17,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	22,2%	16,0%	17,0%	71	63	17	9,7 p.p.	9,0 p.p.	17,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vídeo:												
Quebras de ligação	49,1%	62,0%	54,8%	54	51	9	13,3 p.p.	13,3 p.p.	32,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	39,6%	21,2%	17,4%	54	51	9	13,0 p.p.	11,2 p.p.	24,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	5,2%	16,8%		54	51		5,9 p.p.	10,3 p.p.		Não Sig.		
Tamanho/ peso da aplicação	1,7%			54			3,5 p.p.					
Outros motivos	1,1%	5,3%		54	51		2,8 p.p.	6,1 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	18,3%	10,8%	27,9%	54	51	9	10,3 p.p.	8,5 p.p.	29,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
Quebras de ligação	33,2%	28,3%	37,2%	44	32	10	13,9 p.p.	15,6 p.p.	29,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	3,0%	6,0%	2,8%	44	32	10	5,0 p.p.	8,2 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	9,2%	5,1%		44	32		8,5 p.p.	7,6 p.p.		Não Sig.		
Poucas funcionalidades	2,2%	7,1%	4,4%	44	32	10	4,3 p.p.	8,9 p.p.	12,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação	5,6%			44			6,8 p.p.					
Outros motivos	31,0%	12,2%	21,9%	44	32	10	13,7 p.p.	11,3 p.p.	25,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	22,5%	43,3%	33,7%	44	32	10	12,3 p.p.	17,2 p.p.	29,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado												
Quebras de ligação	7,1%	46,3%	32,8%	45	54	11	7,5 p.p.	13,3 p.p.	27,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	9,1%	15,6%	1,4%	45	54	11	8,4 p.p.	9,7 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	31,6%	15,9%	22,7%	45	54	11	13,6 p.p.	9,8 p.p.	24,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pouco espaço de armazenamento		2,4%			54			4,1 p.p.				
Tamanho/ peso da aplicação	2,1%	0,7%		45	54		4,2 p.p.	2,2 p.p.		Não Sig.		
Outros motivos	12,7%	6,6%		45	54		9,7 p.p.	6,6 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	41,6%	22,3%	44,6%	45	54	11	14,4 p.p.	11,1 p.p.	29,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada												
Quebras de ligação	12,0%	11,9%	13,6%	67	91	9	7,8 p.p.	6,7 p.p.	22,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	2,8%	8,0%	2,0%	67	91	9	4,0 p.p.	5,6 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	8,3%	11,3%	57,8%	67	91	9	6,6 p.p.	6,5 p.p.	32,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Política de privacidade	38,0%	20,2%	4,0%	67	91	9	11,6 p.p.	8,2 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço por parte de outros utilizadores	7,4%	15,8%	4,8%	67	91	9	6,3 p.p.	7,5 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros motivos	3,9%	6,9%	7,1%	67	91	9	4,6 p.p.	5,2 p.p.	16,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	32,8%	40,5%	16,7%	67	91	9	11,2 p.p.	10,1 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
Quebras de ligação	13,7%	22,7%	13,3%	28	31	5	12,7 p.p.	14,7 p.p.	29,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	8,6%	1,3%		28	31		10,4 p.p.	4,1 p.p.		Não Sig.		
Política de privacidade	15,5%	1,2%		28	31		13,4 p.p.	3,9 p.p.		Não Sig.		
Capacidade de armazenamento	13,7%	15,1%	6,9%	28	31	5	12,7 p.p.	12,6 p.p.	22,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros motivos	16,6%	19,2%	69,7%	28	31	5	13,8 p.p.	13,9 p.p.	40,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	35,0%	41,8%	10,0%	28	31	5	17,7 p.p.	17,4 p.p.	26,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado												
Quebras de ligação	7,6%	19,4%		14	20		13,9 p.p.	17,3 p.p.		Não Sig.		
Qualidade do serviço/ Qualidade dos resultados de busca	3,7%	33,0%	21,4%	14	20	4	9,9 p.p.	20,6 p.p.	40,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Política de privacidade	19,4%	4,5%		14	20		20,7 p.p.	9,1 p.p.		Não Sig.		
Excesso de publicidade/ anúncios												
Outros motivos	1,3%	10,9%		14	20		6,0 p.p.	13,7 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	68,0%	32,1%	78,6%	14	20	4	24,4 p.p.	20,5 p.p.	40,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado												
Voz e pago:												
1 - 5	30,0%	12,8%		27	32		17,3 p.p.	11,6 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	33,7%	59,6%	55,9%	27	32	6	17,8 p.p.	17,0 p.p.	39,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	36,3%	27,6%	44,1%	27	32	6	18,1 p.p.	15,5 p.p.	39,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,0	7,4	8,2	28,0	34,0	6,0	1,3	0,6	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Vídeo e pago:												
1 - 5	12,9%	28,2%		22	21		14,0 p.p.	19,2 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	63,4%	42,4%	64,8%	22	21	5	20,1 p.p.	21,1 p.p.	41,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	23,7%	29,4%	35,2%	22	21	5	17,8 p.p.	19,5 p.p.	41,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,2	7,3	7,8	23,0	22,0	6,0	1,0	1,0	1,9	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Voz e gratuito:												
1 - 5	9,2%	6,4%	6,9%	800	684	127	2,0 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	53,2%	59,4%	64,0%	800	684	127	3,5 p.p.	3,7 p.p.	8,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	37,7%	34,1%	29,2%	800	684	127	3,4 p.p.	3,6 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,9	7,8	7,7	847,0	716,0	134,0	0,1	0,1	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vídeo e gratuito:												
1 - 5	6,9%	10,3%	4,5%	640	576	113	2,0 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	56,5%	57,3%	66,5%	640	576	113	3,8 p.p.	4,0 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	36,6%	32,5%	28,9%	640	576	113	3,7 p.p.	3,8 p.p.	8,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,9	7,7	7,8	663,0	600,0	116,0	0,2	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
Pago:												
1 - 5	13,0%	20,5%		29	35		12,2 p.p.	13,4 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	45,1%	45,0%	73,4%	29	35	5	18,1 p.p.	16,5 p.p.	38,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	42,0%	34,5%	26,6%	29	35	5	18,0 p.p.	15,8 p.p.	38,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,8	7,6	7,7	29,0	35,0	6,0	0,8	0,8	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Gratuito:												
1 - 5	2,4%	1,6%	3,2%	1341	1089	172	0,8 p.p.	0,7 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	38,5%	49,3%	48,5%	1341	1089	172	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	59,1%	49,1%	48,4%	1341	1089	172	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,6	8,4	8,4	1345,0	1091,0	176,0	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado												
Pago:												
1 - 5	4,3%	1,5%		41	24		6,2 p.p.	4,8 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	62,7%	59,6%	88,4%	41	24	5	14,8 p.p.	19,6 p.p.	28,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	33,0%	38,9%	11,6%	41	24	5	14,4 p.p.	19,5 p.p.	28,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,8	8,3	7,8	41,0	24,0	5,0	0,5	0,4	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Gratuito:												
1 - 5	2,7%	2,9%	3,6%	1371	1171	185	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	39,1%	51,3%	64,1%	1371	1171	185	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
9 - 10	58,1%	45,8%	32,3%	1371	1171	185	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
média	8,6	8,3	8,0	1380,0	1173,0	187,0	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Não Sig.
Qualidade apercebida da rede social mais utilizada												
Pago:												
1 - 5	9,4%	20,8%	10,9%	26	16	4	11,2 p.p.	19,9 p.p.	30,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	87,0%	72,9%	89,1%	26	16	4	12,9 p.p.	21,8 p.p.	30,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	3,5%	6,4%		26	16		7,1 p.p.	12,0 p.p.		Não Sig.		
média	6,7	6,6	7,2	26,0	16,0	4,0	0,5	1,2	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Gratuito:												
1 - 5	2,0%	4,0%	1,4%	1344	1178	187	0,7 p.p.	1,1 p.p.	1,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	45,9%	51,1%	58,1%	1344	1178	187	2,7 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	52,1%	44,9%	40,5%	1344	1178	187	2,7 p.p.	2,8 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,5	8,2	8,1	1348,0	1178,0	187,0	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Não Sig.
Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
Pago:												
1 - 5	6,4%	16,0%		31	30		8,6 p.p.	13,1 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	40,7%	44,2%	82,9%	31	30	4	17,3 p.p.	17,8 p.p.	36,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	52,8%	39,8%	17,1%	31	30	4	17,6 p.p.	17,5 p.p.	36,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,4	7,6	7,3	31,0	31,0	4,0	0,6	1,1	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Gratuito:

1 - 5	1,2%	1,9%	1,9%	1052	886	113	0,6 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	46,2%	54,7%	44,1%	1052	886	113	3,0 p.p.	3,3 p.p.	9,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	52,7%	43,4%	54,0%	1052	886	113	3,0 p.p.	3,3 p.p.	9,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,5	8,3	8,5	1059,0	889,0	116,0	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	49,9%	48,9%	50,8%	1030	924	175	3,1 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	50,1%	51,1%	49,2%	1030	924	175	3,1 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	21,5%	17,4%	27,2%	540	470	86	3,5 p.p.	3,4 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	36,5%	42,8%	25,3%	540	470	86	4,1 p.p.	4,5 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	39,6%	37,1%	46,8%	540	470	86	4,1 p.p.	4,4 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,0%	0,3%		540	470		0,8 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Outros	1,3%	1,3%	0,7%	540	470	86	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	0,2%	1,1%		540	470		0,3 p.p.	1,0 p.p.		Não Sig.		

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	39,1%	34,5%	42,5%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	60,9%	65,5%	57,5%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	20,9%	14,2%	27,1%	536	393	75	3,4 p.p.	3,5 p.p.	10,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	38,9%	43,4%	17,1%	536	393	75	4,1 p.p.	4,9 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	38,4%	40,7%	51,9%	536	393	75	4,1 p.p.	4,9 p.p.	11,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,4%	0,7%		536	393		1,0 p.p.	0,8 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,4%	0,8%	3,9%	536	393	75	0,5 p.p.	0,9 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR		0,1%			393			0,3 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

Sim	48,5%	50,4%	42,1%	1439	1230	199	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	51,5%	49,6%	57,9%	1439	1230	199	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	13,7%	8,7%	9,9%	705	636	80	2,5 p.p.	2,2 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	52,5%	53,1%	40,0%	705	636	80	3,7 p.p.	3,9 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	31,4%	36,8%	48,3%	705	636	80	3,4 p.p.	3,7 p.p.	10,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,9%	0,8%	1,5%	705	636	80	1,0 p.p.	0,7 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,5%		0,3%	705	636	80	0,5 p.p.		1,1 p.p.		Não Sig.	
NS/NR		0,6%			636			0,6 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada

Sim	47,8%	49,4%	44,9%	1392	1213	200	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	52,2%	50,6%	55,1%	1392	1213	200	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	21,4%	11,7%	18,9%	713	604	86	3,0 p.p.	2,6 p.p.	8,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	36,6%	48,8%	30,1%	713	604	86	3,5 p.p.	4,0 p.p.	9,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	39,8%	38,0%	49,8%	713	604	86	3,6 p.p.	3,9 p.p.	10,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,7%	1,2%		713	604		1,0 p.p.	0,9 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,4%	0,2%	0,6%	713	604	86	0,5 p.p.	0,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR		0,1%	0,6%		604	86		0,2 p.p.	1,6 p.p.			

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	18,3%	19,9%	18,1%	1111	945	124	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	81,7%	80,1%	81,9%	1111	945	124	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Principais responsáveis pelas falhas

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviço	20,0%	12,8%	17,2%	213	197	24	5,4 p.p.	4,7 p.p.	15,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	45,5%	51,3%	16,6%	213	197	24	6,7 p.p.	7,0 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	34,5%	34,9%	66,2%	213	197	24	6,4 p.p.	6,7 p.p.	18,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Dispositivo utilizado		0,5%			197			1,0 p.p.				
Outros		0,2%			197			0,6 p.p.				
NS/NR		0,3%			197			0,8 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Sim	28,3%	37,9%	31,1%	1391	1303	186	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	71,7%	62,1%	68,9%	1391	1303	186	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviço	7,3%	6,5%	2,0%	414	483	60	2,5 p.p.	2,2 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	59,9%	59,4%	43,3%	414	483	60	4,7 p.p.	4,4 p.p.	12,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	29,0%	33,3%	51,8%	414	483	60	4,4 p.p.	4,2 p.p.	12,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Dispositivo utilizado	3,6%	0,8%		414	483		1,8 p.p.	0,8 p.p.		Sig.		
Outros	0,2%	0,0%	3,0%	414	483	60	0,5 p.p.	0,2 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR												

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:												
Min.	357.596.696	227.681.171	71.058.471	1030	924	175	1)	1)	1)			
Pop.	3417779	3145061	1286416	1030	924	175	1)	1)	1)			
Média	104,6	72,4	55,2	1030	924	175	12,6	10,3	19,6	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	357.186.517	232.240.021	61.819.500	1030	924	175	1)	1)	1)			
Pop.	3420054	3147847	1287515	1030	924	175	1)	1)	1)			
Média	104,4	73,8	48,0	1030	924	175	11,9	9,6	11,2	Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	371.090.693	250.164.360	68.766.685	1030	924	175	1)	1)	1)			
Pop.	3422330	3150636	1288615	1030	924	175	1)	1)	1)			
Média	108,4	79,4	53,4	1030	924	175	12,5	10,6	14,2	Sig.	Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente	0%	2%	-13%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	4%	8%	11%				1)	1)	1)			

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:												
Min.	661.542.667	364.704.372	99.684.930	1393	1167	196	1)	1)	1)			
Pop.	4163831	3630368	1408022	1393	1167	196	1)	1)	1)			
Média	158,9	100,5	70,8	1393	1167	196	26,5	11,7	18,3	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	649.871.433	381.027.127	107.169.246	1393	1167	196	1)	1)	1)			
Pop.	4164513	3631641	1408625	1393	1167	196	1)	1)	1)			
Média	156,0	104,9	76,1	1393	1167	196	13,2	12,2	19,8	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	659.953.420	402.389.803	121.669.174	1393	1167	196	1)	1)	1)			
Pop.	4165195	3632914	1409228	1393	1167	196	1)	1)	1)			
Média	158,4	110,8	86,3	1393	1167	196	13,1	12,4	25,4	Sig.	Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-2%	4%	8%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	2%	6%	14%				1)	1)	1)			

Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:												
Min.	509.026.831	319.935.909	98.760.634	1439	1230	199	1)	1)	1)			
Pop.	4286928	3780804	1427077	1439	1230	199	1)	1)	1)			
Média	118,7	84,6	69,2	1439	1230	199	10,1	9,1	18,2	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Consumo Presente:												
Min.	530.661.840	336.551.442	100.908.492	1439	1230	199	1)	1)	1)			
Pop.	4287574	3781777	1427643	1439	1230	199	1)	1)	1)			
Média	123,8	89,0	70,7	1439	1230	199	9,4	9,3	17,0	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	566.520.813	367.427.551	107.477.402	1439	1230	199	1)	1)	1)			
Pop.	4288220	3782750	1428210	1439	1230	199	1)	1)	1)			
Média	132,1	97,1	75,3	1439	1230	199	10,7	10,1	17,8	Sig.	Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	4%	5%	2%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	7%	9%	7%				1)	1)	1)			
Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)												
Consumo Passado:												
Min.	952.237.225	532.642.456	198.242.178	1392	1213	200	1)	1)	1)			
Pop.	4300502	3947543	1565514	1392	1213	200	1)	1)	1)			
Média	221,4	134,9	126,6	1392	1213	200	44,7	13,9	36,3	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	852.721.798	532.621.471	199.451.860	1392	1213	200	1)	1)	1)			
Pop.	4300768	3948034	1565941	1392	1213	200	1)	1)	1)			
Média	198,3	134,9	127,4	1392	1213	200	16,1	12,4	31,5	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	862.589.852	547.185.971	203.675.112	1392	1213	200	1)	1)	1)			
Pop.	4301034	3948525	1566368	1392	1213	200	1)	1)	1)			
Média	200,6	138,6	130,0	1392	1213	200	15,9	12,7	31,7	Sig.	Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-10%	0%	1%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	1%	3%	2%				1)	1)	1)			
Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)												
Consumo Passado:												
Min.	197.277.178	163.667.771	69.148.977	1111	945	124	1)	1)	1)			
Pop.	3278599	2858630	979314	1111	945	124	1)	1)	1)			
Média	60,2	57,3	70,6	1111	945	124	16,6	8,1	32,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	167.430.631	170.317.121	60.087.454	1111	945	124	1)	1)	1)			
Pop.	3279971	2859710	979927	1111	945	124	1)	1)	1)			
Média	51,0	59,6	61,3	1111	945	124	7,8	7,9	24,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	184.534.113	187.271.122	66.885.640	1111	945	124	1)	1)	1)			
Pop.	3281343	2860790	980541	1111	945	124	1)	1)	1)			
Média	56,2	65,5	68,2	1111	945	124	8,3	9,3	27,2	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-15%	4%	-13%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	10%	10%	11%				1)	1)	1)			
Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (passado, presente e futuro)												
Consumo Passado:												
Min.	682.073.544	489.424.934	191.366.104	1391	1303	186	1)	1)	1)			
Pop.	4412683	4106997	1691246	1391	1303	186	1)	1)	1)			
Média	154,6	119,2	113,2	1391	1303	186	22,9	10,6	36,3	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	637.146.159	502.140.583	178.582.123	1391	1303	186	1)	1)	1)			
Pop.	4412845	4107783	1691869	1391	1303	186	1)	1)	1)			
Média	144,4	122,2	105,6	1391	1303	186	12,4	10,5	28,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	667.918.762	546.660.874	185.863.991	1391	1303	186	1)	1)	1)			
Pop.	4413007	4108569	1692492	1391	1303	186	1)	1)	1)			
Média	151,4	133,1	109,8	1391	1303	186	12,5	11,8	28,4	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-7%	3%	-7%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	5%	9%	4%				1)	1)	1)			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	16,1	10,1	7,3	1029	918	175	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	88,3	63,6	40,7	1029	918	175	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móvel	30,4	16,6	13,7	1393	1167	196	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	125,7	88,3	62,4	1393	1167	196	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	15,8	13,6	8,7	1439	1230	199	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	108,0	75,4	62,0	1439	1230	199	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	34,9	20,8	17,6	1392	1213	200	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	163,4	114,1	109,8	1392	1213	200	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	7,1	9,2	5,7	1111	945	124	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	43,9	50,3	55,6	1111	945	124	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	24,4	18,5	17,4	1391	1303	186	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	120,0	103,8	88,1	1391	1303	186	1)	1)	1)

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

VoIP - Internet móvel	55.060.476	31.887.209	9.363.463	1029	918	175	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	302.126.041	200.352.813	52.456.038	1029	918	175	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móvel	126.395.529	60.328.418	19.287.665	1393	1167	196	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	523.475.904	320.698.709	87.881.580	1393	1167	196	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	67.602.569	51.246.674	12.453.331	1439	1230	199	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	463.059.271	285.304.768	88.455.161	1439	1230	199	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	149.899.082	82.297.546	27.567.607	1392	1213	200	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	702.822.715	450.323.926	171.884.253	1392	1213	200	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	23.350.611	26.348.943	5.569.081	1111	945	124	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	144.080.020	143.968.178	54.518.373	1111	945	124	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	107.493.520	75.822.358	29.489.700	1391	1303	186	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	529.652.638	426.318.224	149.092.423	1391	1303	186	1)	1)	1)

Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	16,7	10,9	8,1	1029	918	175	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	91,7	68,5	45,3	1029	918	175	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móvel	30,8	17,5	15,5	1393	1167	196	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	127,6	93,2	70,8	1393	1167	196	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	16,8	14,8	9,3	1439	1230	199	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	115,3	82,3	66,0	1439	1230	199	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	35,3	21,4	18,0	1392	1213	200	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	165,3	117,2	112,1	1392	1213	200	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	7,8	10,1	6,3	1111	945	124	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	48,4	55,3	61,9	1111	945	124	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	25,5	20,1	18,1	1391	1303	186	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	125,8	113,0	91,7	1391	1303	186	1)	1)	1)

Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

VoIP - Internet móvel	57.203.812	34.348.271	10.415.715	1029	918	175	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	313.886.881	215.816.089	58.350.970	1029	918	175	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móvel	128.356.406	63.710.792	21.897.274	1393	1167	196	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	531.597.014	338.679.011	99.771.901	1393	1167	196	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	72.170.749	55.948.178	13.264.014	1439	1230	199	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	494.350.064	311.479.373	94.213.388	1439	1230	199	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	151.633.777	84.547.967	28.151.332	1392	1213	200	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	710.956.075	462.638.004	175.523.780	1392	1213	200	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	25.735.937	28.971.815	6.199.157	1111	945	124	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	158.798.176	158.299.308	60.686.483	1111	945	124	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	112.685.195	82.544.845	30.692.172	1391	1303	186	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	555.233.567	464.116.029	155.171.819	1391	1303	186	1)	1)	1)

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Acesso lento	74,0%	71,2%	65,9%	259	261	39	5,3 p.p.	5,5 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Quebras/ interrupções	62,5%	55,2%	56,7%	259	261	39	5,9 p.p.	6,0 p.p.	15,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Perdas de acesso	48,2%	44,2%	35,1%	259	261	39	6,1 p.p.	6,0 p.p.	15,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	48,3%	33,5%	27,2%	259	261	39	6,1 p.p.	5,7 p.p.	14,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Cobertura do serviço fraca	42,9%	42,8%	26,3%	259	261	39	6,0 p.p.	6,0 p.p.	13,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Fraco apoio ao cliente	12,0%	17,0%	19,2%	259	261	39	4,0 p.p.	4,6 p.p.	12,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros												
NS/NR	3,8%	5,5%	5,2%	259	261	39	2,3 p.p.	2,8 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Consumo atual - VoIP	23,4	21,8	17,2	1030	924	175	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo atual - STF/STM	76,6	78,2	82,8	1030	924	175	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	11,0	10,9	8,5	1030	924	175	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	89,0	89,1	91,5	1030	924	175	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	7,6	7,6	5,7	1030	924	175	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	92,4	92,4	94,3	1030	924	175	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	4,1	3,9	3,1	1030	924	175	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	95,9	96,1	96,9	1030	924	175	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Consumo atual - mensagens instantâneas	34,9	31,2	26,9	1393	1167	196	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo atual - STM	65,1	68,8	73,1	1393	1167	196	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STM - Mensagens instantâneas	19,1	16,7	14,5	1393	1167	196	2,1 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STM - STM	80,9	83,3	85,5	1393	1167	196	2,1 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - Mensagens instantâneas	14,2	13,4	11,6	1393	1167	196	1,8 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - STM	85,8	86,6	88,4	1393	1167	196	1,8 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - Mensagens instantâneas	7,6	7,5	6,9	1393	1167	196	1,4 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - STM	92,4	92,5	93,1	1393	1167	196	1,4 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Consumo atual - Audiovisual	28,6	23,6	24,9	1439	1230	199	1,5 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo atual - TV	71,4	76,4	75,1	1439	1230	199	1,5 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisual	15,8	11,1	11,4	1439	1230	199	1,9 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de TV - TV	84,2	88,9	88,6	1439	1230	199	1,9 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	12,1	8,2	8,5	1439	1230	199	1,7 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - TV	87,9	91,8	91,5	1439	1230	199	1,7 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisual	6,9	4,1	4,5	1439	1230	199	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - TV	93,1	95,9	95,5	1439	1230	199	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Preço	56,0%	55,7%	44,0%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Segurança	16,6%	10,1%	14,9%	1030	924	175	2,3 p.p.	1,9 p.p.	5,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	37,4%	26,2%	25,0%	1030	924	175	3,0 p.p.	2,8 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	42,9%	35,7%	48,2%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Realização de chamadas em grupo	20,2%	12,8%	11,5%	1030	924	175	2,5 p.p.	2,2 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Realização de videochamadas	40,9%	38,6%	35,8%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	41,3%	38,5%	36,0%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço V	28,0%	22,1%	26,4%	1030	924	175	2,7 p.p.	2,7 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,2%	0,4%		1030	924		0,3 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	3,5%	4,1%	8,8%	1030	924	175	1,1 p.p.	1,3 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel

Preço	53,3%	51,8%	52,2%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança	13,8%	13,8%	19,3%	1393	1167	196	1,8 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	37,7%	30,3%	30,5%	1393	1167	196	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	51,0%	48,8%	45,2%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	25,1%	25,5%	30,3%	1393	1167	196	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	21,2%	19,5%	24,1%	1393	1167	196	2,1 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	28,4%	21,3%	9,6%	1393	1167	196	2,4 p.p.	2,3 p.p.	4,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço II	39,9%	37,9%	33,2%	1393	1167	196	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,2%	0,3%		1393	1167		0,3 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	4,1%	4,0%	1,7%	1393	1167	196	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão

Preço	35,2%	31,1%	37,9%	1439	1230	199	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança	13,6%	8,9%	14,4%	1439	1230	199	1,8 p.p.	1,6 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	50,6%	39,4%	38,5%	1439	1230	199	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	66,3%	59,4%	59,4%	1439	1230	199	2,4 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	1,0%	0,6%	0,4%	1439	1230	199	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	7,2%	10,8%	8,7%	1439	1230	199	1,3 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas

Melhoria da qualidade das chamadas por serviço VoIP	42,8%	37,8%	32,0%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade dos serviços de Internet fixa	35,6%	30,5%	24,1%	1030	924	175	2,9 p.p.	3,0 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade dos serviços de Internet móvel	38,9%	33,0%	24,8%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,0 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Os serviços Voip aumentarem o seu número de funcionalidad	21,4%	16,8%	21,8%	1030	924	175	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem semp	38,1%	35,1%	30,1%	1030	924	175	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,2%	0,5%		1030	924		0,3 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfego gratuito	0,1%	0,1%		1030	924		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,5%	0,2%		1030	924		0,5 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico fixo/ móvel	0,1%	0,1%		1030	924		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	5,1%	6,5%	6,1%	1030	924	175	1,3 p.p.	1,6 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens

Melhoria da qualidade das mensagens por serviço de mensag	35,3%	28,4%	32,7%	1393	1167	196	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet fixa	27,3%	23,0%	28,5%	1393	1167	196	2,3 p.p.	2,4 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet móvel	37,4%	30,2%	39,7%	1393	1167	196	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Aumentar o número de funcionalidades do serviço de mensa	28,4%	23,3%	28,4%	1393	1167	196	2,4 p.p.	2,4 p.p.	6,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem semp	37,8%	31,8%	26,1%	1393	1167	196	2,5 p.p.	2,7 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	1,3%	0,3%	1,6%	1393	1167	196	0,6 p.p.	0,3 p.p.	1,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Os serviços IM passarem a ser de tráfego gratuito	0,4%	0,2%		1393	1167		0,3 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,9%	0,7%	0,2%	1393	1167	196	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico móvel	11,9%	17,3%	19,3%	1393	1167	196	1,7 p.p.	2,2 p.p.	5,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	4,8%	6,9%	8,5%	1393	1167	196	1,1 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual

Os conteúdos dos serviços audiovisuais/ streaming aumentar	44,3%	31,1%	29,4%	1439	1230	199	2,6 p.p.	2,6 p.p.	6,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a sua qualidade	40,6%	30,6%	31,7%	1439	1230	199	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a sua qualidade	32,9%	27,6%	25,5%	1439	1230	199	2,4 p.p.	2,5 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Os serviços audiovisuais/ streaming aumentarem o seu núme	27,4%	23,0%	20,0%	1439	1230	199	2,3 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,6%	0,1%		1439	1230		0,4 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Os serviços audiovisuais/ streaming passarem a ser de tráfeg	0,3%	0,0%		1439	1230		0,3 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Redução do preço dos serviços audiovisuais/ streaming	1,3%	1,4%		1439	1230		0,6 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
Outros	1,0%	0,5%	0,1%	1439	1230	199	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço de televisão	18,8%	28,5%	25,8%	1439	1230	199	2,0 p.p.	2,5 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	5,6%	8,3%	11,9%	1439	1230	199	1,2 p.p.	1,5 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

4.2.1 Caracterização da amostra

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Género e classe etária												
Masculino - mais 55 anos			57,9%			222			4,7 p.p.			
Masculino - 35 a 54 anos		56,0%			1254			2,0 p.p.				
Masculino - 16 a 34 anos	41,5%			1212			1,9 p.p.					
Feminino - mais 55 anos			42,1%			222			4,7 p.p.			
Feminino - 35 a 54 anos		44,0%			1254			2,0 p.p.				
Feminino - 16 a 34 anos	58,5%			1212			1,9 p.p.					
Nível de escolaridade												
Ensino básico ou menos	9,2%	16,6%	22,4%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,4 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Ensino secundário	56,4%	58,5%	61,2%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ensino superior	34,4%	25,0%	16,4%	1212	1254	222	1,8 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR		0,0%			1254			0,0 p.p.				
Distribuição por região por NUTS II												
Norte	33,6%	33,1%	24,2%	1212	1254	222	1,8 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Centro	23,5%	18,4%	18,6%	1212	1254	222	1,6 p.p.	1,6 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Lisboa	27,9%	29,0%	42,4%	1212	1254	222	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Alentejo	7,5%	8,3%	3,0%	1212	1254	222	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Algarve	2,6%	4,2%	7,9%	1212	1254	222	0,6 p.p.	0,7 p.p.	2,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Madeira	3,3%	4,8%	3,2%	1212	1254	222	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Açores	0,5%	1,4%	0,2%	1212	1254	222	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
NS/NR	1,0%	0,7%	0,6%	1212	1254	222	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Situação profissional												
Empregado	51,5%	74,4%	36,4%	1212	1254	222	1,9 p.p.	1,7 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Desempregado	19,3%	22,4%	16,8%	1212	1254	222	1,5 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Aluno/ Estudante	28,4%	0,4%		1212	1254		1,7 p.p.	0,2 p.p.		Sig.		
Outros inativos	0,6%	2,8%	46,5%	1212	1254	222	0,3 p.p.	0,7 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Outros	0,2%			1212			0,1 p.p.		0,3 p.p.			
NS/NR	0,0%	0,1%	0,3%	1212	1254	222	0,1 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Rendimento mensal do agregado familiar												
Até 485 euros	7,9%	9,0%	5,9%	1212	1254	222	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
De 486 a 970 euros	32,2%	26,2%	21,6%	1212	1254	222	1,8 p.p.	1,8 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
De 971 a 1455 euros	27,4%	27,1%	29,9%	1212	1254	222	1,7 p.p.	1,8 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros	11,6%	17,3%	12,3%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1941 a 2425 euros	5,6%	9,3%	10,8%	1212	1254	222	0,9 p.p.	1,2 p.p.	3,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
De 2424 a 2909 euros	3,2%	3,3%	6,6%	1212	1254	222	0,6 p.p.	0,7 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ou superior a 2910 euros	2,7%	1,6%	5,7%	1212	1254	222	0,6 p.p.	0,6 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	9,3%	6,2%	7,4%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Pacote de serviços de telecomunicações												
Sim	99,5%	100,0%	100,0%	1159	1211	214	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Não	0,5%			1159			0,4 p.p.	0,3 p.p.				
Operador do pacote de serviços de telecomunicações												
Meo	40,6%	40,8%	32,0%	1145	1208	214	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NOS	35,9%	39,6%	47,7%	1145	1208	214	1,8 p.p.	2,0 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Vodafone	18,3%	15,3%	16,5%	1145	1208	214	1,7 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cabovisão	5,3%	4,3%	3,8%	1145	1208	214	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações												
Televisão por assinatura	79,1%	84,7%	82,5%	1212	1254	222	1,6 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico fixo	73,5%	81,5%	84,4%	1212	1254	222	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico móvel	41,7%	51,9%	48,9%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Internet fixa	90,7%	92,5%	95,9%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Internet móvel por dados móveis	32,3%	39,9%	31,6%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Internet móvel por pen <i>USB</i>	15,1%	16,2%	18,4%	1212	1254	222	1,3 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	1,4%	0,9%	0,4%	1212	1254	222	0,6 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações												
Entre 0 e 9,99 euros	4,4%	2,8%	0,3%	1212	1254	222	1,0 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	6,1%	4,0%	7,4%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	12,4%	10,4%	11,1%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,2 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 e 39,99 euros	13,7%	16,9%	21,1%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	18,8%	13,8%	15,7%	1212	1254	222	1,4 p.p.	1,4 p.p.	3,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	24,7%	28,7%	21,6%	1212	1254	222	1,6 p.p.	1,8 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	11,9%	14,5%	13,9%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	3,2%	5,8%	6,4%	1212	1254	222	0,7 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
120 euros ou mais	1,0%	1,4%	0,8%	1212	1254	222	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	3,8%	1,7%	1,8%	1212	1254	222	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Tarifários de Internet móvel												
Tarifário diário	15,4%	5,9%		69	56		3,3 p.p.	3,8 p.p.	15,7 p.p.	Sig.		
Tarifário semanal							2,8 p.p.	2,4 p.p.				
Tarifário mensal com dados móveis							2,4 p.p.	2,8 p.p.	4,4 p.p.			
Assinatura mensal não incluída num pacote de telecomunicações	75,0%	71,0%	97,5%	69	56	7	4,4 p.p.	6,0 p.p.	19,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Outro	2,9%	14,5%	2,5%	69	56	7	1,4 p.p.	3,6 p.p.	10,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	6,7%	8,7%		69	56		2,5 p.p.	3,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.		
Utilização dos grupos de serviços OTT												
Motores de busca	98,9%	98,4%	98,0%	1212	1254	222	0,4 p.p.	0,6 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Redes sociais	96,6%	95,0%	91,8%	1212	1254	222	0,7 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Serviços audiovisuais	97,4%	94,2%	85,4%	1212	1254	222	0,7 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Mensagens instantâneas	93,0%	85,4%	81,7%	1212	1254	222	1,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
VoIP	75,4%	73,7%	69,7%	1212	1254	222	1,6 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha e armazenamento de ficheiros	78,0%	71,2%	61,5%	1212	1254	222	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Serviços VoIP utilizados												
<u>Apenas voz:</u>												
Skype	7,6%	8,1%	6,9%	1212	1254	222	1,0 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout							0,1 p.p.	0,3 p.p.				
Facetime	1,8%	1,8%		1212	1254		0,5 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Viber	8,3%	8,8%	5,1%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Whatsapp	2,5%	2,0%	1,2%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	20,2%	18,7%	14,6%	1212	1254	222	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Hangouts	4,1%	5,5%	0,9%	1212	1254	222	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wechat	0,8%	0,9%	0,3%	1212	1254	222	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,9%	0,6%	0,4%	1212	1254	222	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	1,1%	1,0%		1212	1254		0,3 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
Tango							0,1 p.p.	0,2 p.p.				
Outros	1,6%	1,8%	0,9%	1212	1254	222	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Apenas videochamada:												
Skype	10,1%	12,1%	12,4%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout							0,2 p.p.	0,2 p.p.				
Facetime	2,2%	1,0%	1,0%	1212	1254	222	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	1,8%	0,9%		1212	1254		0,5 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Whatsapp	0,0%			1212			0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.			
Facebook Messenger	6,7%	6,2%	9,5%	1212	1254	222	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	1,7%	1,2%	0,1%	1212	1254	222	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wechat	1,0%	0,6%	0,3%	1212	1254	222	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
QQ	0,4%	0,2%		1212	1254		0,3 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Line	0,3%	0,3%		1212	1254		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Tango		0,2%			1254		0,2 p.p.	0,2 p.p.				
Outros								0,1 p.p.				
Voz + Videochamada:												
Skype	41,6%	36,1%	32,4%	1212	1254	222	1,8 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Skypeout							0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.			
Facetime	6,0%	4,0%	1,8%	1212	1254	222	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Viber	4,8%	5,1%	5,8%	1212	1254	222	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	1,4%	1,8%	1,3%	1212	1254	222	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	25,8%	24,6%	21,3%	1212	1254	222	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	4,3%	4,4%	5,3%	1212	1254	222	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	1,0%	1,4%	2,5%	1212	1254	222	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,4%	0,3%	2,4%	1212	1254	222	0,3 p.p.	0,2 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Line	0,5%	0,8%	2,4%	1212	1254	222	0,3 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Tango							0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.			
Outros	0,3%	0,3%		1212	1254		0,3 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Serviço VoIP mais utilizado												
Skype	47,3%	45,3%	43,2%	456	458	79	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout												
Facetime	2,4%	1,6%	0,8%	456	458	79	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	3,6%	4,4%	6,4%	456	458	79	1,4 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	2,5%	2,3%	3,0%	456	458	79	1,7 p.p.	1,8 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	39,7%	41,7%	43,8%	456	458	79	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	2,0%	3,9%	2,9%	456	458	79	0,8 p.p.	1,2 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	0,4%	0,2%		456	458		0,3 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
QQ	0,2%			456			0,2 p.p.					
Line	0,1%	0,1%		456	458		0,1 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Tango							0,1 p.p.					
Outros	1,9%	0,5%		456	458		0,6 p.p.	0,4 p.p.		Sig.		
Serviços de mensagens instantâneas utilizados												
Whatsapp	5,0%	3,5%	1,1%	1212	1254	222	1,7 p.p.	1,6 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	83,2%	74,5%	72,1%	1212	1254	222	1,4 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Skype	50,0%	42,9%	45,6%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	9,8%	9,0%	6,9%	1212	1254	222	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	11,9%	10,8%	8,3%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	0,5%	1,1%	3,5%	1212	1254	222	0,3 p.p.	0,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Line	0,5%	0,3%	0,5%	1212	1254	222	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,3%		0,3%	1212		222	0,2 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.	
Tango							0,2 p.p.	0,1 p.p.				
Outros	1,3%	1,0%	1,4%	1212	1254	222	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	7,0%	14,8%	18,3%	1212	1254	222	1,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Whatsapp	1,6%	1,7%	2,1%	632	594	95	1,5 p.p.	1,6 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	79,1%	75,3%	72,0%	632	594	95	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skype	13,7%	14,8%	23,0%	632	594	95	1,5 p.p.	1,8 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Viber	1,3%	3,9%		632	594		0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Sig.		
Hangouts	4,1%	4,1%	2,3%	632	594	95	1,0 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat												
Line												
QQ	0,1%			632			0,1 p.p.					
Tango												
Outros	0,2%	0,3%	0,5%	632	594	95	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	95,3%	91,0%	76,5%	1212	1254	222	0,9 p.p.	1,4 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Spotify	32,5%	15,3%	8,9%	1212	1254	222	1,8 p.p.	1,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Vine	8,1%	1,4%	0,6%	1212	1254	222	1,0 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Vimeo	18,4%	14,3%	8,3%	1212	1254	222	1,3 p.p.	1,4 p.p.	2,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Apple Music	4,7%	4,0%	5,8%	1212	1254	222	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Musica	7,8%	12,4%	8,9%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP Play	11,4%	14,9%	17,1%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Go	11,1%	13,2%	6,9%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TVI Player	10,5%	12,9%	15,4%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
SoundCloud	11,8%	6,0%	2,7%	1212	1254	222	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Metacafe	1,3%	1,4%		1212	1254		0,4 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Tidal	0,4%	0,0%		1212	1254		0,2 p.p.	0,1 p.p.		Sig.		
Rhapsody	0,0%	0,9%	0,3%	1212	1254	222	0,1 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	3,0%	2,4%	0,3%	1212	1254	222	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Nenhum	2,9%	6,3%	15,3%	1212	1254	222	0,8 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	89,5%	89,3%	84,4%	663	686	119	1,7 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Spotify	5,2%	2,5%	8,1%	663	686	119	1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Vine							0,3 p.p.					
Vimeo		0,5%	0,6%		686	119	0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.			Não Sig.
Apple Music	0,3%	0,5%		663	686		0,3 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
MEO Musica	1,7%	1,4%		663	686		0,7 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
RTP Play	0,2%	1,1%	4,0%	663	686	119	0,3 p.p.	0,5 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Go	1,5%	3,6%	2,3%	663	686	119	0,6 p.p.	1,0 p.p.	3,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI Player	1,0%	0,8%		663	686		0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.		
SoundCloud								0,2 p.p.				
Metacafe	0,1%			663			0,2 p.p.					
Tidal												
Rhapsody								0,1 p.p.				
Outro	0,4%	0,3%	0,6%	663	686	119	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Redes sociais utilizadas

Facebook	94,8%	92,6%	90,5%	1212	1254	222	0,9 p.p.	1,1 p.p.	3,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Instagram	39,0%	19,8%	16,4%	1212	1254	222	1,9 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
LinkedIn	21,5%	27,0%	27,7%	1212	1254	222	1,5 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Google Plus	15,3%	22,7%	26,7%	1212	1254	222	1,3 p.p.	1,6 p.p.	4,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Twitter	19,1%	17,9%	20,8%	1212	1254	222	1,4 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	14,2%	11,8%	6,3%	1212	1254	222	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Myspace	2,3%	2,2%	5,8%	1212	1254	222	0,6 p.p.	0,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Flirck	2,8%	2,3%	2,4%	1212	1254	222	0,6 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tumblr	13,4%	4,2%	3,0%	1212	1254	222	1,3 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outro	1,1%	1,1%	0,3%	1212	1254	222	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Nenhum	3,4%	5,0%	8,2%	1212	1254	222	0,7 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Rede social mais utilizada

Facebook	91,3%	94,0%	95,4%	642	683	144	1,6 p.p.	1,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Instagram	2,8%	0,4%		642	683		1,2 p.p.	0,4 p.p.		Sig.		
LinkedIn	0,2%	2,1%	1,4%	642	683	144	0,3 p.p.	0,7 p.p.	1,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Plus	0,6%	2,1%	1,3%	642	683	144	0,4 p.p.	0,8 p.p.	2,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Twitter	1,2%	0,9%	0,5%	642	683	144	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	0,8%	0,5%	0,9%	642	683	144	0,4 p.p.	0,3 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Myspace												
Flirck								0,1 p.p.				
Tumblr	2,7%			642			0,7 p.p.	0,1 p.p.				
Outro	0,4%		0,5%	642		144	0,3 p.p.		0,7 p.p.		Não Sig.	

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dropbox	52,3%	39,1%	25,4%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Google Drive	44,0%	42,7%	32,4%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
OneDrive	24,4%	17,9%	14,6%	1212	1254	222	1,6 p.p.	1,5 p.p.	3,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
iCloud	11,6%	9,3%	9,6%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	10,1%	13,2%	11,6%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Hangouts	3,6%	5,0%	3,6%	1212	1254	222	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Office 365	11,0%	7,4%	8,1%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Team Viewer	9,9%	9,9%	4,8%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Salesfoce	0,6%	0,1%	0,3%	1212	1254	222	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	2,5%	1,4%	0,6%	1212	1254	222	0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Nenhum	22,4%	29,4%	40,1%	1212	1254	222	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	43,6%	36,3%	33,7%	559	515	64	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Drive	25,5%	29,3%	32,1%	559	515	64	2,6 p.p.	2,9 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OneDrive	13,9%	14,3%	11,6%	559	515	64	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
iCloud	2,5%	2,0%	2,8%	559	515	64	1,2 p.p.	1,3 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	7,0%	7,7%	12,7%	559	515	64	1,4 p.p.	1,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Hangouts	1,0%	0,5%	2,0%	559	515	64	0,6 p.p.	0,6 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Office 365	4,3%	3,5%	3,0%	559	515	64	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Team Viewer	1,1%	4,2%	1,2%	559	515	64	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Salesfoce												
Outro	1,1%	2,0%	1,1%	559	515	64	0,5 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	96,6%	96,8%	95,6%	1212	1254	222	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Yahoo	9,0%	9,1%	16,2%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,1 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Bing	11,3%	13,6%	15,5%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ask	5,0%	5,0%	9,9%	1212	1254	222	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Amazon	15,5%	13,3%	14,0%	1212	1254	222	1,3 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ebay	30,7%	24,8%	21,2%	1212	1254	222	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Groupon	11,7%	8,2%	8,8%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OLX	48,4%	48,9%	48,0%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wikipedia	44,3%	32,0%	39,7%	1212	1254	222	1,9 p.p.	1,8 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Sapo	24,6%	36,2%	42,3%	1212	1254	222	1,6 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outro	1,8%	2,0%	0,1%	1212	1254	222	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Nenhum	1,1%	1,8%	2,0%	1212	1254	222	0,4 p.p.	0,6 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado

Google	92,1%	91,6%	88,1%	645	732	136	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Yahoo	0,4%	0,3%	0,2%	645	732	136	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Bing	0,3%	0,4%	0,5%	645	732	136	0,2 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ask	0,0%	0,1%		645	732		0,1 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Amazon	0,6%	0,1%		645	732		0,4 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Ebay	3,1%	2,0%	0,1%	645	732	136	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Groupon	0,2%	0,2%		645	732		0,2 p.p.	0,2 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.		
OLX	2,8%	2,9%	7,5%	645	732	136	0,9 p.p.	1,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wikipedia	0,1%	0,6%	0,4%	645	732	136	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sapo	0,3%	1,3%	3,2%	645	732	136	0,4 p.p.	0,7 p.p.	2,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outro	0,1%	0,4%		645	732		0,2 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		

No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet

Sim	48,3%	48,8%	47,1%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	48,1%	48,1%	51,9%	1212	1254	222	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	3,6%	3,1%	1,0%	1212	1254	222	0,7 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços VOIP

Preço	28,6%	27,3%	34,8%	456	458	79	2,8 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	35,1%	29,7%	27,3%	456	458	79	3,0 p.p.	2,9 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	53,4%	47,2%	46,9%	456	458	79	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	23,7%	16,1%	13,5%	456	458	79	2,5 p.p.	2,3 p.p.	5,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Realização de videochamadas	46,4%	42,2%	32,7%	456	458	79	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Conselho de amigos	65,6%	59,4%	57,8%	456	458	79	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	18,1%	16,2%	25,0%	456	458	79	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Outros	43,1%	35,8%	30,0%	456	458	79	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros	1,2%	1,1%		456	458		0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.		
NS/NR	1,1%	1,0%		456	458		0,8 p.p.	0,9 p.p.		Não Sig.		

Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas

Preço	27,7%	32,8%	28,3%	632	594	95	2,3 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	35,4%	29,7%	23,1%	632	594	95	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	56,2%	47,5%	52,0%	632	594	95	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	24,4%	28,8%	34,9%	632	594	95	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	24,4%	24,4%	25,9%	632	594	95	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	35,1%	23,7%	27,8%	632	594	95	2,5 p.p.	2,5 p.p.	5,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Conselho de amigos	62,2%	59,7%	60,5%	632	594	95	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	10,4%	14,9%	10,0%	632	594	95	1,8 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	53,7%	47,9%	33,7%	632	594	95	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Outros	2,0%	1,7%	0,8%	632	594	95	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	2,2%	2,5%	2,7%	632	594	95	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual

Preço	31,2%	19,4%	23,3%	663	686	119	2,3 p.p.	2,3 p.p.	5,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	57,9%	37,6%	31,9%	663	686	119	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	72,4%	65,8%	57,2%	663	686	119	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	14,3%	14,6%	29,6%	663	686	119	1,7 p.p.	2,1 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	2,2%	2,0%	1,0%	663	686	119	0,7 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,8%	1,1%	0,5%	663	686	119	0,5 p.p.	0,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	3,7%	9,3%	9,3%	663	686	119	0,9 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de redes sociais

Qualidade do serviço	32,7%	22,8%	26,7%	642	683	144	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	57,9%	52,3%	55,7%	642	683	144	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	28,9%	25,2%	22,0%	642	683	144	2,4 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	68,8%	73,5%	61,7%	642	683	144	2,5 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Outros	1,4%	1,0%	2,4%	642	683	144	0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	2,4%	2,0%	3,8%	642	683	144	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Preço	32,8%	26,7%	32,3%	559	515	64	2,6 p.p.	2,8 p.p.	8,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança da informação	35,9%	38,4%	33,4%	559	515	64	2,8 p.p.	3,0 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	61,4%	46,6%	38,6%	559	515	64	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	59,5%	57,9%	47,0%	559	515	64	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de utilizadores	52,2%	37,7%	35,5%	559	515	64	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço em qualquer dispositivo com acesso à Internet	44,3%	46,9%	48,9%	559	515	64	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	46,7%	39,2%	31,6%	559	515	64	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Ausência de limitação de tamanho do ficheiro	15,1%	12,7%	9,2%	559	515	64	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	16,7%	15,5%	14,6%	559	515	64	2,2 p.p.	2,2 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	12,1%	7,3%	4,9%	559	515	64	1,8 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros	0,8%	1,4%		559	515		0,5 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	0,8%	1,4%	6,1%	559	515	64	0,7 p.p.	0,8 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Qualidade do serviço	73,7%	63,1%	59,0%	645	732	136	2,4 p.p.	2,7 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	66,4%	64,7%	67,8%	645	732	136	2,5 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	9,8%	11,8%	11,1%	645	732	136	1,5 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ausência de limites para o tipo de informação apresentada	35,3%	27,4%	37,7%	645	732	136	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Rápida resposta ao pedido de informação	71,2%	64,7%	51,5%	645	732	136	2,4 p.p.	2,7 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Diversas fontes de informação	54,7%	45,7%	41,0%	645	732	136	2,6 p.p.	2,7 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Compras mais eficientes	3,5%	2,5%	0,7%	645	732	136	0,9 p.p.	0,9 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Maior leque de escolha/ oferta	3,4%	2,8%	3,7%	645	732	136	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preços reduzidos	3,5%	3,5%	2,9%	645	732	136	0,9 p.p.	1,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviços personalizados	0,1%	0,5%	2,2%	645	732	136	0,4 p.p.	0,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Comodidade do processo de compra	1,8%	1,6%	1,2%	645	732	136	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Eliminação de distâncias física	0,6%	1,7%	0,7%	645	732	136	0,5 p.p.	0,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Acesso 24 horas por dia	1,3%	1,5%	1,2%	645	732	136	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	1,0%	1,5%	1,3%	645	732	136	0,5 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	1,5%	1,0%	1,9%	645	732	136	0,6 p.p.	0,6 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal

ChatOn	10,0%	12,3%	8,4%	1212	1254	222	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	5,2%	5,6%	2,7%	1212	1254	222	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Amazon Instant Video	12,8%	11,5%	13,7%	1212	1254	222	1,3 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	8,9%	7,1%	9,2%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	13,0%	6,8%	4,7%	1212	1254	222	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Hulu	11,4%	3,6%	1,6%	1212	1254	222	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Netflix	52,3%	33,2%	24,6%	1212	1254	222	1,9 p.p.	1,9 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Sky Go	8,3%	10,0%	12,4%	1212	1254	222	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	1,1%	1,0%	0,1%	1212	1254	222	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pandora	15,1%	11,2%	9,7%	1212	1254	222	1,4 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Vevo	40,4%	25,2%	6,8%	1212	1254	222	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Uber	39,9%	30,4%	25,6%	1212	1254	222	1,9 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Nenhum	0,2%			1212			0,1 p.p.	0,1 p.p.				
Outro	26,4%	40,5%	53,1%	1212	1254	222	1,7 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
ChatOn	35,3%	37,5%	43,7%	124	126	14	5,5 p.p.	6,0 p.p.	17,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	19,1%	42,9%	45,7%	55	60	6	7,5 p.p.	8,2 p.p.	32,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Amazon Instant Video	38,8%	48,7%	66,9%	149	133	28	5,2 p.p.	6,1 p.p.	12,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	48,5%	55,2%	66,5%	111	86	20	6,4 p.p.	7,1 p.p.	16,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	40,7%	63,7%	64,6%	159	85	9	5,1 p.p.	7,0 p.p.	23,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hulu	32,7%	50,8%	24,6%	145	43	3	5,7 p.p.	10,3 p.p.	34,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Netflix	77,8%	68,7%	72,5%	660	411	48	2,2 p.p.	3,1 p.p.	9,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sky Go	39,7%	48,5%	46,6%	101	105	22	6,4 p.p.	6,5 p.p.	15,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	32,5%	50,3%	100,0%	13	10	1	13,1 p.p.	16,5 p.p.	36,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Pandora	32,6%	27,8%	58,1%	186	131	18	4,6 p.p.	5,5 p.p.	16,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Vevo	40,6%	50,8%	20,9%	488	289	14	2,9 p.p.	4,1 p.p.	18,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Uber	42,3%	42,1%	41,5%	552	382	45	2,8 p.p.	3,5 p.p.	10,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum												
Outro	16,5%	19,4%	24,7%	904	718	97	1,7 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP

Dias úteis das 7 às 19 horas:

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Não acede	33,0%	38,2%	24,5%	456	458	79	2,8 p.p.	3,0 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,9%	26,4%	43,4%	456	458	79	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,3%	13,4%	13,8%	456	458	79	2,3 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	12,5%	9,4%	10,4%	456	458	79	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	7,6%	7,9%	7,2%	456	458	79	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,4%	4,1%	0,7%	456	458	79	1,6 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,3%	0,6%		456	458		0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.		
Média min.	39,9	28,2	19,1	456	458	79	6,6	5,0	5,7	Sig.	Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Não acede	10,4%	16,0%	25,6%	456	458	79	2,0 p.p.	2,3 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,7%	29,5%	37,0%	456	458	79	2,7 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,5%	23,6%	12,9%	456	458	79	2,4 p.p.	2,6 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	20,5%	14,7%	14,8%	456	458	79	2,3 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	14,8%	13,2%	9,1%	456	458	79	2,2 p.p.	2,2 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,4%	2,6%	0,7%	456	458	79	1,7 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,7%	0,4%		456	458		0,7 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
Média min.	48,6	33,4	22,2	456	458	79	5,7	4,3	5,4	Sig.	Sig.	Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Não acede	24,9%	24,2%	26,8%	456	458	79	2,5 p.p.	2,7 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	20,6%	28,1%	30,6%	456	458	79	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	13,2%	13,7%	10,6%	456	458	79	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,3%	15,6%	17,6%	456	458	79	2,2 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	14,7%	11,9%	14,5%	456	458	79	2,2 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,2%	5,2%		456	458		1,6 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	
Entre 5 a 12 horas	2,2%	1,3%		456	458		1,0 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.		
Média min.	53,4	40,6	25,8	456	458	79	7,5	6,3	7,0	Não Sig.	Sig.	Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Não acede	16,4%	17,4%	25,3%	456	458	79	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,6%	24,2%	33,2%	456	458	79	2,5 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,5%	19,3%	15,5%	456	458	79	2,2 p.p.	2,5 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,1%	15,8%	13,8%	456	458	79	2,3 p.p.	2,3 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,5%	14,7%	11,3%	456	458	79	2,1 p.p.	2,2 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	12,0%	7,1%	0,9%	456	458	79	1,9 p.p.	1,7 p.p.	2,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,9%	1,4%		456	458		0,9 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
Média min.	60,3	48,9	24,4	456	458	79	7,1	5,8	7,0	Não Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	8,1%	16,5%	17,2%	632	594	95	1,4 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,0%	26,3%	41,7%	632	594	95	2,3 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,0%	20,9%	18,8%	632	594	95	2,0 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,1%	16,1%	12,0%	632	594	95	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,2%	9,0%	6,2%	632	594	95	1,9 p.p.	1,6 p.p.	3,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,5%	8,4%	4,0%	632	594	95	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,0%	2,7%		632	594		1,0 p.p.	0,9 p.p.		Não Sig.		
Média min.	66,0	53,6	27,0	632	594	95	7,1	7,1	7,0	Não Sig.	Sig.	Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	5,4%	10,6%	12,3%	632	594	95	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,1%	26,4%	32,6%	632	594	95	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	13,2%	23,3%	15,9%	632	594	95	1,9 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	22,1%	14,8%	18,2%	632	594	95	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	23,0%	13,8%	7,4%	632	594	95	2,2 p.p.	1,9 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,6%	9,4%	11,6%	632	594	95	1,7 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,6%	1,7%	2,0%	632	594	95	0,8 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	68,0	54,8	55,4	632	594	95	6,2	6,2	13,7	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	10,6%	14,6%	14,3%	632	594	95	1,5 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,9%	25,1%	29,1%	632	594	95	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,1%	21,4%	20,0%	632	594	95	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,1%	12,7%	12,6%	632	594	95	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	14,6%	14,8%	17,6%	632	594	95	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	15,3%	8,0%	6,5%	632	594	95	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,3%	3,5%		632	594		1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.		
Média min.	80,2	60,5	41,9	632	594	95	8,8	7,3	11,5	Sig.	Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	7,6%	13,5%	16,9%	632	594	95	1,4 p.p.	1,9 p.p.	5,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,8%	22,1%	25,9%	632	594	95	2,1 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,7%	19,0%	12,5%	632	594	95	1,9 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,3%	15,2%	19,0%	632	594	95	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	21,0%	16,8%	11,6%	632	594	95	2,1 p.p.	2,1 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	13,7%	10,2%	12,0%	632	594	95	1,8 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,9%	3,2%	2,0%	632	594	95	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	84,7	65,6	59,2	632	594	95	8,7	6,7	14,1	Sig.	Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	14,1%	27,2%	20,8%	663	686	119	1,9 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	18,9%	26,7%	33,0%	663	686	119	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,6%	20,1%	18,6%	663	686	119	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,0%	15,2%	13,4%	663	686	119	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	20,2%	6,1%	9,5%	663	686	119	1,8 p.p.	1,5 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,1%	2,3%	4,6%	663	686	119	1,4 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,1%	2,4%		663	686		0,7 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
Média min.	59,4	36,0	31,1	663	686	119	5,6	5,4	7,5	Sig.	Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	7,7%	8,1%	8,9%	663	686	119	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	15,0%	23,6%	31,7%	663	686	119	2,1 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,3%	27,9%	28,6%	663	686	119	2,0 p.p.	2,4 p.p.	6,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	24,1%	17,7%	12,2%	663	686	119	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	21,0%	14,6%	12,7%	663	686	119	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,9%	7,5%	5,9%	663	686	119	1,5 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,0%	0,5%		663	686		0,6 p.p.	0,3 p.p.		Sig.		
Média min.	68,2	47,9	38,3	663	686	119	5,6	4,4	8,7	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	10,9%	15,0%	20,5%	663	686	119	1,6 p.p.	2,0 p.p.	5,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	15,3%	19,3%	22,1%	663	686	119	2,1 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,2%	23,5%	19,5%	663	686	119	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,3%	18,4%	19,9%	663	686	119	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	19,1%	13,8%	13,6%	663	686	119	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	14,5%	7,3%	4,3%	663	686	119	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,8%	2,8%		663	686		0,9 p.p.	0,8 p.p.		Sig.		
Média min.	85,6	56,9	36,4	663	686	119	7,6	6,6	9,1	Sig.	Sig.	Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	8,7%	11,1%	12,9%	663	686	119	1,5 p.p.	1,8 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	14,2%	18,6%	20,6%	663	686	119	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	13,2%	19,5%	30,4%	663	686	119	1,8 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,0%	20,7%	18,4%	663	686	119	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	27,4%	17,2%	11,6%	663	686	119	2,2 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	15,0%	9,4%	6,0%	663	686	119	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,6%	3,6%		663	686		0,8 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.		
Média min.	81,8	68,6	39,9	663	686	119	6,4	7,2	12,9	Não Sig.	Sig.	Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de redes sociaisDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	6,4%	15,5%	6,4%	642	683	144	1,3 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	18,1%	20,9%	26,6%	642	683	144	1,9 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,2%	17,7%	18,0%	642	683	144	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,7%	16,4%	20,1%	642	683	144	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	21,6%	15,9%	12,0%	642	683	144	2,1 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,6%	11,0%	14,6%	642	683	144	1,8 p.p.	1,5 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	7,3%	2,5%	2,3%	642	683	144	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	94,5	63,3	68,6	642	683	144	9,6	6,8	15,6	Sig.	Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	3,7%	4,6%	9,2%	642	683	144	1,0 p.p.	1,3 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	12,2%	15,0%	15,8%	642	683	144	1,8 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,0%	19,8%	9,3%	642	683	144	2,0 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,8%	19,5%	21,5%	642	683	144	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	24,9%	26,5%	26,8%	642	683	144	2,2 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	19,6%	11,5%	15,1%	642	683	144	2,0 p.p.	1,8 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,8%	3,2%	2,3%	642	683	144	1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	101,2	78,7	80,7	642	683	144	8,5	6,8	15,3	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	5,5%	10,8%	8,8%	642	683	144	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	10,5%	17,7%	25,9%	642	683	144	1,7 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,3%	17,9%	12,6%	642	683	144	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	16,9%	17,2%	642	683	144	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	24,8%	19,2%	17,4%	642	683	144	2,2 p.p.	2,2 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	15,0%	12,9%	16,2%	642	683	144	1,9 p.p.	1,7 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	8,2%	4,7%	1,9%	642	683	144	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Média min.	108,8	81,2	71,8	642	683	144	9,7	7,8	15,8	Sig.	Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	4,6%	7,5%	11,7%	642	683	144	1,1 p.p.	1,5 p.p.	5,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	10,1%	14,8%	18,5%	642	683	144	1,7 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,6%	15,4%	7,0%	642	683	144	1,9 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,7%	15,8%	17,5%	642	683	144	2,0 p.p.	2,1 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	23,8%	27,2%	23,7%	642	683	144	2,2 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	21,0%	13,4%	18,7%	642	683	144	2,1 p.p.	1,9 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,3%	5,8%	2,9%	642	683	144	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	110,5	94,2	86,1	642	683	144	9,3	8,1	21,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	19,2%	22,5%	23,3%	559	515	64	2,3 p.p.	2,5 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	49,6%	33,0%	41,1%	559	515	64	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,3%	22,9%	6,7%	559	515	64	2,1 p.p.	2,6 p.p.	5,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	7,9%	9,6%	8,0%	559	515	64	1,7 p.p.	1,9 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	5,5%	8,1%	19,2%	559	515	64	1,3 p.p.	1,8 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,2%	3,6%	0,9%	559	515	64	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,3%	0,3%	0,9%	559	515	64	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	25,2	28,4	32,0	559	515	64	4,1	5,7	9,4	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	18,7%	15,6%	15,7%	559	515	64	2,3 p.p.	2,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	52,3%	35,4%	45,9%	559	515	64	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,7%	22,1%	10,9%	559	515	64	2,1 p.p.	2,6 p.p.	5,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	7,9%	16,0%	7,3%	559	515	64	1,7 p.p.	2,3 p.p.	5,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,5%	8,4%	10,3%	559	515	64	1,2 p.p.	1,8 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	0,9%	2,1%	9,8%	559	515	64	0,6 p.p.	0,7 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,1%	0,3%		559	515		0,6 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Média min.	22,4	28,6	39,3	559	515	64	4,1	4,5	14,6	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	26,8%	27,0%	22,5%	559	515	64	2,6 p.p.	2,8 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	42,3%	28,5%	38,2%	559	515	64	2,9 p.p.	3,0 p.p.	8,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,6%	21,4%	11,1%	559	515	64	2,2 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	6,0%	13,3%	7,6%	559	515	64	1,5 p.p.	2,1 p.p.	4,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,7%	5,8%	13,1%	559	515	64	1,2 p.p.	1,6 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,9%	3,3%	7,5%	559	515	64	0,8 p.p.	1,0 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,8%	0,6%		559	515		0,6 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
Média min.	22,1	28,5	36,5	559	515	64	3,7	5,3	13,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	25,7%	22,6%	26,2%	559	515	64	2,6 p.p.	2,8 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	43,5%	31,3%	30,1%	559	515	64	2,9 p.p.	3,0 p.p.	8,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,5%	19,2%	17,6%	559	515	64	2,1 p.p.	2,4 p.p.	6,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,2%	15,8%	9,3%	559	515	64	1,7 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,7%	7,0%	7,6%	559	515	64	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,5%	3,7%	9,2%	559	515	64	0,8 p.p.	1,2 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,8%	0,4%		559	515		0,6 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Média min.	22,3	30,1	36,7	559	515	64	4,5	5,1	14,7	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	6,3%	6,5%	10,5%	645	732	136	1,3 p.p.	1,4 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	18,6%	19,5%	17,9%	645	732	136	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,8%	24,2%	24,2%	645	732	136	2,2 p.p.	2,2 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	21,4%	19,3%	25,1%	645	732	136	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	21,4%	16,0%	12,6%	645	732	136	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,8%	11,1%	7,4%	645	732	136	1,6 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,7%	3,5%	2,4%	645	732	136	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	76,0	71,3	57,4	645	732	136	7,0	6,7	13,0	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	2,9%	6,1%	5,2%	645	732	136	1,0 p.p.	1,3 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,0%	19,3%	16,5%	645	732	136	2,2 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,6%	18,6%	22,8%	645	732	136	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	21,7%	20,9%	645	732	136	2,0 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	22,6%	23,0%	17,0%	645	732	136	2,1 p.p.	2,2 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	12,3%	9,3%	15,8%	645	732	136	1,6 p.p.	1,5 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	1,9%	1,9%	645	732	136	0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	75,5	65,4	73,7	645	732	136	6,8	5,3	15,4	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	6,3%	12,2%	11,7%	645	732	136	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	19,5%	21,3%	25,5%	645	732	136	2,2 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,9%	19,8%	19,6%	645	732	136	2,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,3%	16,9%	17,5%	645	732	136	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	20,2%	19,1%	14,5%	645	732	136	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,5%	7,9%	5,9%	645	732	136	1,6 p.p.	1,3 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,4%	2,7%	5,2%	645	732	136	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	74,3	61,5	66,6	645	732	136	7,2	6,5	17,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	6,0%	7,7%	7,3%	645	732	136	1,3 p.p.	1,5 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	19,4%	18,8%	17,2%	645	732	136	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,3%	17,0%	22,3%	645	732	136	2,2 p.p.	2,1 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,4%	19,1%	15,2%	645	732	136	1,9 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	23,5%	24,1%	24,5%	645	732	136	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	12,4%	10,2%	9,8%	645	732	136	1,6 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	5,1%	3,1%	3,6%	645	732	136	1,1 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	85,4	72,9	74,5	645	732	136	8,4	6,3	16,9	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços VoIP pagos e gratuitos

SKYPE - pago	2,2%	2,7%	10,4%	371	353	59	1,0 p.p.	1,6 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - gratuito	95,8%	94,3%	87,6%	371	353	59	1,4 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	1,9%	3,0%	2,0%	371	353	59	0,9 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - pago							20,7 p.p.	20,9 p.p.	47,8 p.p.			
SKYPEOUT - gratuito							22,1 p.p.	22,9 p.p.	47,8 p.p.			
SKYPEOUT - NS/NR							13,9 p.p.	16,6 p.p.				
FACETIME - pago	4,4%	2,8%		71	44		3,7 p.p.	4,2 p.p.		Não Sig.		
FACETIME - gratuito	89,5%	83,7%	100,0%	71	44	3	5,6 p.p.	7,1 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
FACETIME - NS/NR	6,0%	13,5%		71	44		4,5 p.p.	6,0 p.p.		Não Sig.		
VIBER - pago	3,8%			94			1,8 p.p.	2,1 p.p.				
VIBER - gratuito	92,5%	91,9%	100,0%	94	92	10	3,0 p.p.	4,0 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	3,8%	8,1%		94	92		2,4 p.p.	3,5 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.		
WHATSAPP - pago	14,4%			29			3,1 p.p.	1,9 p.p.				
WHATSAPP - gratuito	64,0%	100,0%	100,0%	29	26	3	3,6 p.p.	3,6 p.p.	12,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	21,6%			29			2,1 p.p.	3,1 p.p.	12,8 p.p.			
FACEBOOK MESSENGER - pago	1,8%	4,2%	1,1%	306	274	45	1,0 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	97,3%	88,3%	94,5%	306	274	45	1,4 p.p.	2,3 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	0,9%	7,6%	4,4%	306	274	45	0,9 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	6,5%	0,9%		79	68		3,9 p.p.	2,1 p.p.		Não Sig.		
HANGOUTS - gratuito	82,5%	86,1%	100,0%	79	68	5	5,5 p.p.	5,9 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	11,0%	13,0%		79	68		4,3 p.p.	5,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.		
WECHAT - pago	13,4%	12,3%		18	16		15,5 p.p.	14,3 p.p.		Não Sig.		
WECHAT - gratuito	52,0%	67,8%	87,9%	18	16	4	17,3 p.p.	18,4 p.p.	23,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	34,6%	19,9%	12,1%	18	16	4	15,0 p.p.	14,8 p.p.	23,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ - pago	12,9%			16			16,1 p.p.	24,9 p.p.				
QQ - gratuito	68,3%	89,4%	86,7%	16	4	3	19,2 p.p.	28,4 p.p.	38,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ - NS/NR	18,8%	10,6%	13,3%	16	4	3	15,2 p.p.	18,3 p.p.	38,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINE - pago	17,5%			21			14,7 p.p.	11,4 p.p.				
LINE - gratuito	57,1%	47,7%	100,0%	21	9	2	17,4 p.p.	21,5 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
LINE - NS/NR	25,4%	52,3%		21	9		14,1 p.p.	20,6 p.p.		Não Sig.		
TANGO - pago							22,2 p.p.	33,4 p.p.				
TANGO - gratuito							26,0 p.p.	34,4 p.p.	0,0 p.p.			
TANGO - NS/NR							24,6 p.p.	18,0 p.p.				
OUTRO - pago	25,7%	24,2%		11	9		18,7 p.p.	20,4 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - gratuito	74,3%	75,8%	100,0%	11	9	1	18,7 p.p.	21,2 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
OUTRO - NS/NR								12,4 p.p.				

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	3,5%	5,7%	11,5%	432	422	71	1,3 p.p.	1,6 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Não	79,9%	67,7%	59,3%	432	422	71	2,5 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	16,6%	26,6%	29,2%	432	422	71	2,3 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

média	9,6	8,1	6,9	11	24	9	3,2	8,6	2,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	-----	-----	-----	----	----	---	-----	-----	-----	----------	----------	----------

Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos

WHATSAPP - pago	6,0%	8,7%		40	24		1,9 p.p.	2,0 p.p.	7,7 p.p.	Não Sig.		
WHATSAPP - gratuito	94,0%	91,3%	100,0%	40	24	1	2,4 p.p.	3,0 p.p.	11,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR							1,6 p.p.	2,3 p.p.	8,5 p.p.			
FACEBOOK MESSENGER - pago	1,8%	4,1%	2,3%	560	513	79	0,7 p.p.	1,1 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	96,5%	91,3%	86,9%	560	513	79	1,1 p.p.	1,7 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	1,7%	4,6%	10,8%	560	513	79	0,8 p.p.	1,3 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - pago	1,7%	4,2%	4,9%	334	298	49	1,0 p.p.	1,6 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	97,6%	91,4%	94,4%	334	298	49	1,3 p.p.	2,3 p.p.	5,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	0,6%	4,4%	0,8%	334	298	49	0,8 p.p.	1,7 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - pago	0,3%	2,4%		67	66		2,1 p.p.	2,3 p.p.		Não Sig.		
VIBER - gratuito	91,4%	92,4%	62,3%	67	66	4	4,0 p.p.	3,4 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
VIBER - NS/NR	8,4%	5,2%	37,7%	67	66	4	3,5 p.p.	2,6 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
HANGOUTS - pago	3,1%	1,1%		96	76		2,2 p.p.	2,1 p.p.		Não Sig.		
HANGOUTS - gratuito	96,9%	95,4%	85,6%	96	76	10	2,4 p.p.	4,0 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR		3,6%	14,4%		76	10	1,0 p.p.	3,4 p.p.	13,7 p.p.			
WECHAT - pago							12,8 p.p.	20,6 p.p.				
WECHAT - gratuito	72,0%	76,6%	100,0%	4	6	2	25,4 p.p.	28,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	28,0%	23,4%		4	6		23,0 p.p.	22,7 p.p.		Não Sig.		
LINE - pago												
LINE - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	5	1	1						
LINE - NS/NR												
QQ - pago												
QQ - gratuito	100,0%		100,0%	3		1						
QQ - NS/NR												
TANGO - pago												
TANGO - gratuito												
TANGO - NS/NR												
OUTRO - pago								20,3 p.p.				
OUTRO - gratuito	89,9%	100,0%	100,0%	6	8	2	6,8 p.p.	21,8 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	10,1%			6			6,8 p.p.	10,4 p.p.				

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	3,1%	3,3%	5,3%	613	553	83	1,0 p.p.	1,2 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	78,7%	72,0%	64,0%	613	553	83	2,2 p.p.	2,7 p.p.	7,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	18,2%	24,7%	30,7%	613	553	83	2,0 p.p.	2,5 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

média	4,8	6,2	3,6	19	17	4	1,0	9,4	1,8	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	-----	-----	-----	----	----	---	-----	-----	-----	----------	----------	----------

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de audiovisual pagos e gratuitos												
YOUTUBE - pago	0,2%	1,3%	0,6%	651	667	116	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - gratuito	98,0%	97,2%	96,3%	651	667	116	0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	1,8%	1,5%	3,2%	651	667	116	0,6 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - pago	8,4%	3,0%	8,6%	226	106	11	2,9 p.p.	3,3 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - gratuito	91,4%	96,8%	91,4%	226	106	11	3,0 p.p.	3,5 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR	0,2%	0,1%		226	106		0,9 p.p.	1,3 p.p.		Não Sig.		
VINE - pago							1,2 p.p.	12,8 p.p.				
VINE - gratuito	95,5%	100,0%	100,0%	53	11	1	3,8 p.p.	18,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
VINE - NS/NR	4,5%			53			3,6 p.p.	14,6 p.p.				
VIMEO - pago	0,5%	0,4%		122	114		1,7 p.p.	1,6 p.p.		Não Sig.		
VIMEO - gratuito	97,1%	95,7%	93,8%	122	114	13	2,7 p.p.	3,8 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	2,5%	3,8%	6,2%	122	114	13	2,1 p.p.	3,5 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - pago	8,2%	5,3%	30,7%	41	22	7	8,5 p.p.	9,2 p.p.	22,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - gratuito	89,2%	53,4%	31,9%	41	22	7	9,6 p.p.	14,1 p.p.	26,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	2,6%	41,2%	37,3%	41	22	7	5,4 p.p.	12,7 p.p.	28,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - pago	21,3%	21,9%	39,1%	55	54	9	6,0 p.p.	6,8 p.p.	20,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - gratuito	64,8%	67,4%	60,9%	55	54	9	6,9 p.p.	8,2 p.p.	21,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	13,9%	10,7%		55	54		4,3 p.p.	6,0 p.p.	12,1 p.p.	Não Sig.		
RTP PLAY - pago	0,2%	2,5%		93	96		1,7 p.p.	2,4 p.p.		Não Sig.		
RTP PLAY - gratuito	96,0%	90,9%	83,0%	93	96	19	3,5 p.p.	4,3 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	3,8%	6,6%	17,0%	93	96	19	3,1 p.p.	3,7 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - pago	12,4%	9,9%	62,5%	64	67	8	5,7 p.p.	5,2 p.p.	20,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO GO - gratuito	69,8%	79,4%	37,5%	64	67	8	7,1 p.p.	6,6 p.p.	21,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO GO - NS/NR	17,7%	10,7%		64	67		5,2 p.p.	4,6 p.p.	11,9 p.p.	Não Sig.		
TVI PLAYER - pago	0,2%	1,7%		65	66		1,9 p.p.	2,5 p.p.		Não Sig.		
TVI PLAYER - gratuito	94,3%	89,3%	96,4%	65	66	13	3,5 p.p.	5,9 p.p.	8,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	5,5%	9,0%	3,6%	65	66	13	3,0 p.p.	5,5 p.p.	8,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - pago	6,8%			82			3,5 p.p.	4,2 p.p.				
SOUNDCLOUD - gratuito	84,3%	99,3%	100,0%	82	37	4	5,6 p.p.	7,0 p.p.	0,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	8,9%	0,7%		82	37		4,7 p.p.	5,8 p.p.		Não Sig.		
METACAFE - pago												
METACAFE - gratuito	94,8%	100,0%		15	12		14,7 p.p.	14,2 p.p.		Não Sig.		
METACAFE - NS/NR	5,2%			15			14,7 p.p.					
TIDAL - pago	80,7%			2								
TIDAL - gratuito		100,0%			1							
TIDAL - NS/NR	19,3%			2								
RHAPSODY - pago												
RHAPSODY - gratuito		32,2%			3							
RHAPSODY - NS/NR	100,0%	67,8%	100,0%	1	3	1						
OUTRO - pago	9,7%	24,9%	100,0%	21	17	1	7,2 p.p.	14,2 p.p.	67,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	90,3%	75,1%		21	17		7,2 p.p.	14,2 p.p.	67,6 p.p.	Não Sig.		
OUTRO - NS/NR												
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado												
Sim	9,2%	5,3%	7,1%	637	656	111	1,5 p.p.	1,4 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	68,7%	72,5%	67,6%	637	656	111	2,5 p.p.	2,6 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	22,0%	22,2%	25,3%	637	656	111	2,2 p.p.	2,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado												
média	7,5	5,2	8,0	37	25	7	1,2	7,9	2,7	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Redes sociais pagas e gratuitas

FACEBOOK - pago	1,0%	1,2%	2,7%	629	657	140	0,7 p.p.	0,7 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK - gratuito	97,1%	97,8%	93,6%	629	657	140	1,0 p.p.	0,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
FACEBOOK - NS/NR	1,9%	1,0%	3,8%	629	657	140	0,7 p.p.	0,6 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - pago	1,9%			237			1,2 p.p.					
INSTAGRAM - gratuito	97,0%	96,7%	100,0%	237	100	14	1,6 p.p.	2,0 p.p.	14,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	1,1%	3,3%		237	100		1,0 p.p.	2,0 p.p.	14,7 p.p.	Não Sig.		
LINKEDIN - pago	2,6%	0,6%		210	220		1,5 p.p.	1,1 p.p.		Não Sig.		
LINKEDIN - gratuito	97,4%	95,1%	96,5%	210	220	38	1,8 p.p.	2,2 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR		4,3%	3,5%		220	38	0,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.			Não Sig.
GOOGLE PLUS - pago	2,2%	2,4%	1,8%	91	142	36	2,1 p.p.	1,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - gratuito	92,3%	92,5%	90,8%	91	142	36	3,9 p.p.	3,2 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	5,5%	5,1%	7,4%	91	142	36	3,4 p.p.	2,8 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TWITTER - pago	1,7%			117			1,6 p.p.		1,4 p.p.			
TWITTER - gratuito	95,7%	95,2%	98,0%	117	108	26	2,8 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	2,6%	4,8%	2,0%	117	108	26	2,3 p.p.	2,7 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
PINTEREST - pago	1,9%			121			1,8 p.p.		2,2 p.p.			
PINTEREST - gratuito	95,9%	97,3%	92,7%	121	73	13	2,6 p.p.	3,6 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	2,2%	2,7%	7,3%	121	73	13	1,8 p.p.	2,9 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MYSAPCE - pago							4,2 p.p.					
MYSAPCE - gratuito	100,0%	93,5%	100,0%	12	14	6	5,5 p.p.	8,6 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MYSAPCE - NS/NR		6,5%			14		3,7 p.p.	8,6 p.p.				
FLIRCK - pago		3,4%			12		4,6 p.p.	5,5 p.p.				
FLIRCK - gratuito	100,0%	95,4%	100,0%	17	12	3	6,1 p.p.	6,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FLIRCK - NS/NR		1,2%			12		4,1 p.p.	3,3 p.p.				
TUMBLR - pago							2,7 p.p.					
TUMBLR - gratuito	97,7%	100,0%	100,0%	81	26	3	3,5 p.p.	3,1 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR	2,3%			81			2,3 p.p.	3,1 p.p.				
OUTRO - pago								38,5 p.p.				
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	9	3	1	0,0 p.p.	38,5 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR												

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

Sim	3,6%	4,4%	6,4%	623	665	134	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	77,5%	70,7%	66,7%	623	665	134	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	18,9%	24,9%	26,9%	623	665	134	2,1 p.p.	2,4 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

média	7,5	11,2	3,8	21	30	6	2,4	7,0	1,2	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
-------	-----	------	-----	----	----	---	-----	-----	-----	----------	------	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos

DROPBOX - pago	1,7%	1,1%		399	294		0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.		Não Sig.		
DROPBOX - gratuito	97,6%	96,2%	98,4%	399	294	34	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,4 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	0,7%	2,8%	1,6%	399	294	34	0,9 p.p.	1,4 p.p.	4,2 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - pago	1,7%	1,6%		318	297		0,9 p.p.	1,1 p.p.			Não Sig.		
GOOGLE DRIVE - gratuito	95,0%	92,9%	95,9%	318	297	33	1,8 p.p.	2,0 p.p.	6,6 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	3,3%	5,6%	4,1%	318	297	33	1,5 p.p.	1,7 p.p.	6,6 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - pago	5,1%	0,8%		161	112		1,9 p.p.	1,6 p.p.			Sig.		
ONEDRIVE - gratuito	93,1%	93,6%	95,8%	161	112	14	2,7 p.p.	3,5 p.p.	6,1 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	1,7%	5,6%	4,2%	161	112	14	2,0 p.p.	3,1 p.p.	6,1 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - pago	4,1%	1,6%	5,0%	71	58	10	3,4 p.p.	2,1 p.p.	7,6 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - gratuito	92,2%	93,3%	84,9%	71	58	10	4,4 p.p.	4,7 p.p.	12,0 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	3,6%	5,1%	10,1%	71	58	10	3,0 p.p.	4,3 p.p.	9,7 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - pago	7,2%	2,6%		66	78		4,4 p.p.	2,3 p.p.			Não Sig.		
MEO CLOUD - gratuito	92,8%	90,0%	100,0%	66	78	11	4,5 p.p.	4,1 p.p.	0,0 p.p.		Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO CLOUD - NS/NR		7,4%			78		0,9 p.p.	3,6 p.p.					
GOOGLE HANGOUTS - pago		7,1%			36			4,4 p.p.					
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	96,1%	78,7%	100,0%	32	36	2	3,8 p.p.	8,5 p.p.	0,0 p.p.		Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	3,9%	14,2%		32	36		3,8 p.p.	7,5 p.p.			Não Sig.		
OFFICE 365 - pago	10,4%	26,1%	50,2%	84	57	6	4,6 p.p.	8,0 p.p.	25,1 p.p.		Sig.	Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - gratuito	82,4%	67,0%	49,8%	84	57	6	5,6 p.p.	8,8 p.p.	25,1 p.p.		Sig.	Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	7,2%	6,9%		84	57		3,6 p.p.	4,9 p.p.			Não Sig.		
TEAM VIEWER - pago	1,6%	3,6%		61	65		1,7 p.p.	3,1 p.p.			Não Sig.		
TEAM VIEWER - gratuito	96,8%	94,7%	100,0%	61	65	4	4,2 p.p.	4,0 p.p.	0,0 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	1,6%	1,7%		61	65		3,9 p.p.	2,5 p.p.			Não Sig.		
SALESFORCE - pago													
SALESFORCE - gratuito	100,0%	47,1%	100,0%	2	2	1							
SALESFORCE - NS/NR		52,9%			2								
OUTRO - pago	27,5%			17				15,2 p.p.					
OUTRO - gratuito	68,3%	100,0%	100,0%	17	12	1	16,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.		Sig.	Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	4,2%			17			6,5 p.p.						

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	7,2%	9,1%	8,2%	533	482	62	1,6 p.p.	1,9 p.p.	4,6 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	72,5%	64,2%	50,1%	533	482	62	2,7 p.p.	3,1 p.p.	9,1 p.p.		Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	20,3%	26,7%	41,7%	533	482	62	2,4 p.p.	2,9 p.p.	8,9 p.p.		Sig.	Sig.	Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

média	5,6	6,1	12,0	37	33	5	1,1	6,9	6,4		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	-----	-----	------	----	----	---	-----	-----	-----	--	----------	----------	----------

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito												
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	22,9%	26,4%		4	7		4,8 p.p.	6,4 p.p.	21,9 p.p.	Não Sig.		
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	54,2%	31,4%		4	7		5,3 p.p.	7,1 p.p.	19,5 p.p.	Sig.		
WHATSAPP - NS/NR	22,9%	42,2%		4	7		3,5 p.p.	5,1 p.p.	17,9 p.p.	Sig.		
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados gratuito	28,8%	36,9%	41,6%	99	88	12	3,6 p.p.	4,8 p.p.	15,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	52,2%	35,0%	19,1%	99	88	12	4,0 p.p.	5,1 p.p.	9,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	19,0%	28,2%	39,2%	99	88	12	2,9 p.p.	4,1 p.p.	14,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	25,1%	40,3%	67,9%	60	59	10	5,3 p.p.	6,8 p.p.	15,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	54,3%	35,4%	18,6%	60	59	10	6,1 p.p.	7,1 p.p.	13,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	20,5%	24,3%	13,5%	60	59	10	4,6 p.p.	5,6 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados gratuito	39,9%	5,6%	68,2%	15	15	3	8,0 p.p.	8,3 p.p.	32,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	35,9%	78,0%	17,1%	15	15	3	9,2 p.p.	10,4 p.p.	29,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
VIBER - NS/NR	24,3%	16,5%	14,7%	15	15	3	7,0 p.p.	8,5 p.p.	23,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	18,8%	31,9%	78,5%	19	12	2	8,6 p.p.	9,8 p.p.	40,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	54,6%	62,1%	21,5%	19	12	2	9,7 p.p.	11,0 p.p.	39,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	26,6%	6,1%		19	12		7,5 p.p.	7,8 p.p.	18,3 p.p.	Sig.		
WECHAT - tráfego de dados gratuito			100,0%			1						
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	56,2%	100,0%		2	1							
WECHAT - NS/NR	43,8%			2								
LINE - tráfego de dados gratuito												
LINE - tráfego de dados não gratuito	17,1%	100,0%		3	1							
LINE - NS/NR	82,9%			3								
QQ - tráfego de dados gratuito												
QQ - tráfego de dados não gratuito	27,1%			2								
QQ - NS/NR	72,9%			2								
TANGO - tráfego de dados gratuito												
TANGO - tráfego de dados não gratuito												
TANGO - NS/NR												
OUTRO - tráfego de dados gratuito	100,0%	33,0%		2	4		17,1 p.p.	25,8 p.p.		Sig.		
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		67,0%	100,0%		4	1	23,8 p.p.	25,8 p.p.	0,0 p.p.			Sig.
OUTRO - NS/NR							20,2 p.p.					



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	22,8%	38,7%	70,3%	96	118	23	2,3 p.p.	4,2 p.p.	12,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuito	67,1%	37,2%	15,5%	96	118	23	3,1 p.p.	4,7 p.p.	11,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
YOUTUBE - NS/NR	10,0%	24,1%	14,2%	96	118	23	2,3 p.p.	3,7 p.p.	10,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	30,1%	60,2%	53,4%	32	23	4	4,7 p.p.	10,8 p.p.	39,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	58,7%	33,1%		32	23		5,3 p.p.	11,2 p.p.		Sig.		
SPOTIFY - NS/NR	11,2%	6,7%	46,6%	32	23	4	2,8 p.p.	6,5 p.p.	39,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	7,3%	100,0%		11	1		7,0 p.p.	36,9 p.p.		Sig.		
VINE - tráfego de dados não gratuito	77,2%		100,0%	11		1	11,2 p.p.	36,9 p.p.	0,0 p.p.		Sig.	
VINE - NS/NR	15,5%			11			9,4 p.p.					
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		35,6%	50,2%		25	4	3,2 p.p.	9,4 p.p.	31,7 p.p.			Não Sig.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	76,3%	48,9%	26,9%	19	25	4	9,1 p.p.	11,3 p.p.	32,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	23,7%	15,5%	22,9%	19	25	4	8,7 p.p.	8,8 p.p.	17,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego de dados não gratuit		52,8%	100,0%		6	3	6,7 p.p.	22,8 p.p.	33,7 p.p.			Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gratuito	87,6%	31,3%		8	6		18,3 p.p.	22,3 p.p.	14,4 p.p.	Sig.		
APPLE MUSIC - NS/NR	12,4%	15,9%		8	6		18,0 p.p.	9,9 p.p.	32,8 p.p.	Não Sig.		
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego de dados não gratuit	64,9%	78,8%	92,1%	16	11	5	10,2 p.p.	12,5 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gratuito	26,7%	3,7%	7,9%	16	11	5	9,7 p.p.	10,4 p.p.	22,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	8,4%	17,5%		16	11		6,3 p.p.	9,5 p.p.		Não Sig.		
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	12,5%	46,4%	74,0%	19	15	7	6,5 p.p.	12,2 p.p.	24,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuito	67,4%	40,3%	9,9%	19	15	7	8,8 p.p.	13,0 p.p.	22,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	20,1%	13,3%	16,1%	19	15	7	6,6 p.p.	9,1 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,7%	76,0%	48,6%	18	9	3	9,6 p.p.	13,6 p.p.	19,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito	75,4%	22,6%	51,4%	18	9	3	10,4 p.p.	12,7 p.p.	19,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	11,0%	1,3%		18	9		7,1 p.p.	8,8 p.p.		Não Sig.		
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,9%	41,6%	93,3%	19	14	6	7,3 p.p.	13,8 p.p.	23,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratuito	59,7%	20,3%		19	14		10,7 p.p.	14,0 p.p.	19,3 p.p.	Sig.		
TVI PLAYER - NS/NR	26,4%	38,1%	6,7%	19	14	6	8,9 p.p.	12,1 p.p.	22,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratui	7,0%	63,0%	46,5%	11	7	2	5,5 p.p.	17,2 p.p.	69,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gratuito	83,0%	37,0%	53,5%	11	7	2	10,9 p.p.	17,9 p.p.	69,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	10,1%			11			9,1 p.p.	15,8 p.p.				
METACAFE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito				7	2							
METACAFE - tráfego de dados não gratuito	91,0%	100,0%		7	2							
METACAFE - NS/NR	9,0%			7								
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito												
TIDAL - tráfego de dados não gratuito		100,0%			1							
TIDAL - NS/NR	100,0%			1								
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito			100,0%			1						
RHAPSODY - tráfego de dados não gratuito		100,0%			1							
RHAPSODY - NS/NR	100,0%			1								
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		68,3%			5		8,5 p.p.	19,2 p.p.				
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		10,6%			5		8,5 p.p.	21,9 p.p.	0,0 p.p.			
OUTRO - NS/NR		21,1%			5			15,0 p.p.				

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito												
DROPBOX - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,1%	31,6%	48,2%	53	58	8	3,9 p.p.	5,9 p.p.	17,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
DROPBOX - tráfego de dados não gratuito	67,9%	50,2%	33,2%	53	58	8	5,0 p.p.	6,4 p.p.	16,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	18,9%	18,2%	18,5%	53	58	8	3,8 p.p.	4,5 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	9,2%	27,0%	58,9%	41	50	8	4,0 p.p.	6,2 p.p.	19,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não gratuito	78,3%	54,4%	32,2%	41	50	8	5,6 p.p.	6,7 p.p.	18,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	12,6%	18,7%	8,9%	41	50	8	4,6 p.p.	4,3 p.p.	18,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	5,7%	27,5%	100,0%	24	22	2	6,8 p.p.	9,0 p.p.	30,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratuito	70,8%	45,0%		24	22		8,1 p.p.	10,1 p.p.	29,9 p.p.	Sig.		
ONEDRIVE - NS/NR	23,5%	27,4%		24	22		5,9 p.p.	7,9 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.		
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,5%	39,2%	65,5%	12	10	5	8,0 p.p.	10,7 p.p.	24,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	78,2%	50,0%	11,3%	12	10	5	10,0 p.p.	11,9 p.p.	22,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
ICLOUD - NS/NR	8,4%	10,8%	23,2%	12	10	5	8,0 p.p.	10,2 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	29,1%	37,1%	100,0%	10	15	3	11,3 p.p.	11,1 p.p.	34,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados não gratuito	58,0%	29,5%		10	15		12,1 p.p.	11,2 p.p.	29,3 p.p.	Sig.		
MEO CLOUD - NS/NR	12,9%	33,4%		10	15		7,7 p.p.	8,7 p.p.	31,7 p.p.	Sig.		
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito							9,9 p.p.	13,9 p.p.	68,1 p.p.			
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	31,2%	80,5%		5	5		15,3 p.p.	17,4 p.p.	68,1 p.p.	Sig.		
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	68,8%	19,5%		5	5		13,0 p.p.	13,1 p.p.		Sig.		
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	21,5%	49,3%		17	16		9,5 p.p.	15,3 p.p.	30,4 p.p.	Sig.		
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratuito	28,6%	16,5%		17	16		11,4 p.p.	14,1 p.p.	39,9 p.p.	Não Sig.		
OFFICE 365 - NS/NR	49,9%	34,2%		17	16		9,5 p.p.	14,1 p.p.	36,1 p.p.	Não Sig.		
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		23,4%	100,0%		17	1	8,6 p.p.	11,4 p.p.	46,6 p.p.			Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gratuito	40,4%	31,7%		6	17		13,5 p.p.	14,4 p.p.	46,6 p.p.	Não Sig.		
TEAM VIEWER - NS/NR	59,6%	45,0%		6	17		12,4 p.p.	13,6 p.p.		Não Sig.		
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito			100,0%			1						
SALESFORCE - tráfego de dados não gratuito												
SALESFORCE - NS/NR												
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito									50,9 p.p.			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	82,3%			2			15,5 p.p.	22,8 p.p.	50,9 p.p.			
OUTRO - NS/NR	17,7%	100,0%		2	1		15,5 p.p.	22,8 p.p.		Sig.		

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

MEO	7,5	7,4	7,9	457	472	74	0,2	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
NOS	7,7	7,5	8,1	401	439	88	0,2	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Vodafone	8,3	8,4	8,4	208	194	41	0,2	0,2	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cabovisão	7,1	7,1	7,7	68	59	9	0,5	0,6	0,9	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	7,0	9,0		5	1							

Satisfação com o operador de Internet móvel

MEO	7,1	7,5	7,8	85	96	15	0,2	0,2	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	7,3	7,6	8,4	55	69	16	0,3	0,3	0,5	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Vodafone	6,6	8,2	8,5	48	40	6	0,3	0,3	0,8	Sig.	Sig.	Não Sig.
Moche	5,8			3			1,0	1,7	0,0			
Yorn	9,0			1			0,6	1,0	0,0			
Lycamobile	5,0			1								
Continente Mobile	6,0			1								
UZO		10,0			1							
Phone-ix												
Outro	7,2	7,5		2	3		0,6	2,3	0,0	Não Sig.		



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa

Adequação dos tarifários	43,1%	47,9%	45,9%	398	399	91	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	32,2%	40,4%	41,0%	398	399	91	2,9 p.p.	3,5 p.p.	7,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Assistência/ Apoio técnico	37,1%	52,6%	60,4%	398	399	91	3,2 p.p.	3,6 p.p.	7,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Atendimento	29,0%	43,0%	58,7%	398	399	91	3,0 p.p.	3,5 p.p.	7,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	22,2%	25,5%	37,7%	398	399	91	2,7 p.p.	3,0 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Cobertura e velocidade	72,9%	74,3%	69,8%	398	399	91	2,9 p.p.	3,2 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade	26,4%	32,8%	47,3%	398	399	91	2,9 p.p.	3,3 p.p.	8,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Cumprimento condições/ promoções	35,2%	41,1%	36,9%	398	399	91	3,2 p.p.	3,5 p.p.	7,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	17,3%	18,6%	17,9%	398	399	91	2,4 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	23,4%	26,8%	33,7%	398	399	91	2,8 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preços	48,9%	52,8%	58,3%	398	399	91	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Proximidade aos clientes	16,4%	15,6%	24,3%	398	399	91	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	49,6%	40,4%	47,9%	398	399	91	3,3 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	44,7%	46,5%	48,8%	398	399	91	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,1%	0,6%		398	399		0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.		
NS/NR		0,5%			399		0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.			

Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa

Preços/ Mensalidade/ Promoções	53,4%	57,7%	55,3%	125	172	22	5,7 p.p.	5,7 p.p.	15,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade do operador	11,3%	14,9%	14,4%	125	172	22	4,2 p.p.	3,8 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	55,7%	66,0%	73,1%	125	172	22	5,7 p.p.	5,6 p.p.	14,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturaçã	34,6%	30,4%	35,9%	125	172	22	5,6 p.p.	5,4 p.p.	14,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	48,7%	51,8%	53,7%	125	172	22	5,8 p.p.	5,7 p.p.	15,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	31,6%	45,2%	34,7%	125	172	22	5,4 p.p.	5,7 p.p.	15,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falt	20,4%	22,3%	18,9%	125	172	22	4,9 p.p.	4,6 p.p.	10,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	21,2%	22,9%	31,4%	125	172	22	4,7 p.p.	4,8 p.p.	14,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preço de chamdas de apoio ao cliente	23,5%	35,0%	25,6%	125	172	22	4,9 p.p.	5,3 p.p.	14,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	22,3%	26,7%	24,4%	125	172	22	5,2 p.p.	5,3 p.p.	12,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,4%			125			0,8 p.p.	0,5 p.p.				
NS/NR	0,4%	0,2%	1,0%	125	172	22	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel

Adequação dos tarifários	72,9%	58,3%	70,2%	41	75	17	4,7 p.p.	5,7 p.p.	13,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	42,0%	42,2%	47,9%	41	75	17	5,0 p.p.	5,7 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Assistência/ Apoio técnico	49,8%	40,6%	39,7%	41	75	17	4,9 p.p.	5,7 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Atendimento	42,6%	37,3%	45,5%	41	75	17	4,9 p.p.	5,6 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	41,6%	38,4%	26,0%	41	75	17	4,8 p.p.	5,3 p.p.	13,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	57,6%	59,8%	61,6%	41	75	17	4,7 p.p.	5,0 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade	29,5%	39,2%	39,1%	41	75	17	4,8 p.p.	5,7 p.p.	14,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cumprimento condições/ promoções	39,0%	32,5%	50,1%	41	75	17	5,1 p.p.	5,6 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	28,0%	28,3%	19,1%	41	75	17	4,3 p.p.	4,9 p.p.	12,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	42,7%	33,2%	35,9%	41	75	17	4,7 p.p.	5,3 p.p.	13,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preços	66,2%	59,3%	54,7%	41	75	17	4,9 p.p.	5,8 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Proximidade aos clientes	34,5%	30,4%	35,4%	41	75	17	3,5 p.p.	4,9 p.p.	13,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	44,8%	49,2%	38,0%	41	75	17	5,0 p.p.	5,8 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	55,0%	49,1%	34,5%	41	75	17	5,2 p.p.	5,7 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros							0,4 p.p.	0,8 p.p.				
NS/NR		3,7%			75		0,5 p.p.	1,2 p.p.				



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel

Preços/ Mensalidade/ Promoções	75,1%	67,4%	100,0%	33	25	2	6,7 p.p.	9,9 p.p.	29,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade do operador	9,2%	20,7%	28,3%	33	25	2	5,0 p.p.	7,1 p.p.	24,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	48,7%	38,0%	100,0%	33	25	2	7,6 p.p.	9,9 p.p.	27,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturaçã	7,3%	15,8%		33	25		5,7 p.p.	7,8 p.p.	25,6 p.p.	Não Sig.		
Qualidade da rede/ Cobertura	53,9%	60,9%	100,0%	33	25	2	7,6 p.p.	10,2 p.p.	29,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	34,2%	42,2%	100,0%	33	25	2	7,0 p.p.	9,7 p.p.	29,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falt	11,4%	27,3%	28,3%	33	25	2	5,9 p.p.	8,7 p.p.	27,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	19,3%	6,1%		33	25		6,6 p.p.	7,0 p.p.	14,2 p.p.	Não Sig.		
Preço de chamdas de apoio ao cliente	10,5%	26,7%	28,3%	33	25	2	6,2 p.p.	9,2 p.p.	28,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	25,0%	30,6%	28,3%	33	25	2	7,4 p.p.	8,1 p.p.	19,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	5,5%			33			2,7 p.p.					
NS/NR		3,0%			25		1,6 p.p.	3,3 p.p.				

Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado**Voz:**

1 - 5	8,2%	5,6%	12,3%	376	371	61	1,8 p.p.	1,9 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	62,7%	56,9%	56,7%	376	371	61	3,2 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	29,2%	37,4%	31,0%	376	371	61	3,0 p.p.	3,3 p.p.	7,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,7	7,9	7,7	385	375	64	0,1	0,1	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Vídeo:

1 - 5	6,4%	6,4%	6,1%	346	350	61	1,9 p.p.	2,1 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	67,4%	62,2%	65,6%	346	350	61	3,5 p.p.	3,7 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	26,2%	31,4%	28,3%	346	350	61	3,3 p.p.	3,5 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,7	7,7	7,6	350	351	62	0,1	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

1 - 5	4,4%	2,4%	4,7%	632	594	95	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	38,0%	52,3%	54,4%	632	594	95	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	57,1%	45,2%	41,0%	632	594	95	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,4	8,2	8,0	632	594	95	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Não Sig.

Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

1 - 5	3,2%	3,6%	3,5%	663	686	119	0,8 p.p.	1,1 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	40,1%	53,2%	57,1%	663	686	119	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	56,7%	42,7%	37,5%	663	686	119	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,5	8,1	7,9	663	686	119	0,1	0,1	0,3	Sig.	Sig.	Não Sig.

Satisfação com a rde social mais utilizada

1 - 5	3,6%	6,9%	1,8%	642	683	144	1,1 p.p.	1,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
6 - 8	54,1%	59,2%	61,9%	642	683	144	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	42,3%	33,7%	36,3%	642	683	144	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,1	7,7	7,9	642	683	144	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

1 - 5	2,9%	3,7%	1,1%	559	515	64	0,9 p.p.	1,1 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	45,4%	57,3%	37,3%	559	515	64	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
9 - 10	51,0%	38,5%	57,7%	559	515	64	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
média	8,4	8,1	8,6	559	515	64	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Sig.

Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

1 - 5	1,4%	1,3%	0,8%	645	732	136	0,5 p.p.	0,7 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	26,8%	35,5%	36,5%	645	732	136	2,4 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	71,7%	63,1%	62,7%	645	732	136	2,4 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,9	8,7	8,8	645	732	136	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizadoVoz:

Quebras de ligação	44,3%	59,0%	76,6%	32	29	8	11,6 p.p.	12,2 p.p.	22,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	7,2%	12,7%		32	29		7,5 p.p.	8,9 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.		
Delay na transmissão de dados	5,6%			32			6,8 p.p.	5,2 p.p.				
Tamanho/ peso da aplicação	3,9%	2,5%		32	29		3,6 p.p.	3,1 p.p.		Não Sig.		
Outros motivos	14,9%	8,3%	13,9%	32	29	8	8,3 p.p.	7,6 p.p.	17,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	26,5%	19,9%	9,5%	32	29	8	9,7 p.p.	9,0 p.p.	17,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Vídeo:

Quebras de ligação	34,0%	68,7%	81,6%	24	24	5	13,3 p.p.	13,3 p.p.	32,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	36,3%	25,3%		24	24		13,0 p.p.	11,2 p.p.	24,8 p.p.	Não Sig.		
Delay na transmissão de dados	8,2%	23,6%		24	24		5,9 p.p.	10,3 p.p.		Não Sig.		
Tamanho/ peso da aplicação	2,1%			24			3,5 p.p.					
Outros motivos	1,3%	2,2%		24	24		2,8 p.p.	6,1 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	25,7%	6,1%	18,4%	24	24	5	10,3 p.p.	8,5 p.p.	29,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Quebras de ligação	30,0%	32,2%	15,1%	23	17	6	13,9 p.p.	15,6 p.p.	29,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	3,3%			23			5,0 p.p.	8,2 p.p.	10,3 p.p.			
Delay na transmissão de dados	9,1%	2,3%		23	17		8,5 p.p.	7,6 p.p.		Não Sig.		
Poucas funcionalidades	2,3%	14,0%		23	17		4,3 p.p.	8,9 p.p.	12,7 p.p.	Não Sig.		
Tamanho/ peso da aplicação							6,8 p.p.					
Outros motivos	21,7%	7,4%	33,5%	23	17	6	13,7 p.p.	11,3 p.p.	25,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	33,6%	45,2%	51,4%	23	17	6	12,3 p.p.	17,2 p.p.	29,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

Quebras de ligação	2,4%	36,9%	29,8%	21	34	6	7,5 p.p.	13,3 p.p.	27,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	8,7%	14,1%	4,0%	21	34	6	8,4 p.p.	9,7 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	34,8%	12,4%	66,4%	21	34	6	13,6 p.p.	9,8 p.p.	24,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Pouco espaço de armazenamento		4,5%			34			4,1 p.p.				
Tamanho/ peso da aplicação							4,2 p.p.	2,2 p.p.				
Outros motivos		10,4%			34		9,7 p.p.	6,6 p.p.				
NS/NR	59,3%	29,5%	3,8%	21	34	6	14,4 p.p.	11,1 p.p.	29,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada

Quebras de ligação	6,1%	21,1%	26,2%	30	49	6	7,8 p.p.	6,7 p.p.	22,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço		1,9%	7,0%		49	6	4,0 p.p.	5,6 p.p.	9,2 p.p.			Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	19,7%	9,9%	7,0%	30	49	6	6,6 p.p.	6,5 p.p.	32,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Política de privacidade	16,4%	21,2%	13,6%	30	49	6	11,6 p.p.	8,2 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço por parte de outros utilizadores	13,3%	17,7%	16,5%	30	49	6	6,3 p.p.	7,5 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros motivos	2,4%	6,6%	24,2%	30	49	6	4,6 p.p.	5,2 p.p.	16,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	47,8%	39,2%	26,2%	30	49	6	11,2 p.p.	10,1 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Quebras de ligação	11,1%	24,4%		12	21		12,7 p.p.	14,7 p.p.	29,8 p.p.	Não Sig.		
Qualidade do serviço	7,3%	2,2%		12	21		10,4 p.p.	4,1 p.p.		Não Sig.		
Política de privacidade	19,1%			12			13,4 p.p.	3,9 p.p.				
Capacidade de armazenamento	22,7%	14,2%		12	21		12,7 p.p.	12,6 p.p.	22,2 p.p.	Não Sig.		
Outros motivos	20,6%	17,1%	100,0%	12	21	1	13,8 p.p.	13,9 p.p.	40,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	22,8%	44,3%		12	21		17,7 p.p.	17,4 p.p.	26,3 p.p.	Não Sig.		

Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Quebras de ligação	11,3%	19,9%		6	8		13,9 p.p.	17,3 p.p.		Não Sig.		
Qualidade do serviço/ Qualidade dos resultados de busca		41,6%	84,7%		8	3	9,9 p.p.	20,6 p.p.	40,2 p.p.			Não Sig.
Política de privacidade							20,7 p.p.	9,1 p.p.				
Excesso de publicidade/ anúncios												
Outros motivos		6,2%			8		6,0 p.p.	13,7 p.p.				
NS/NR	88,7%	32,2%	15,3%	6	8	3	24,4 p.p.	20,5 p.p.	40,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.



	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
--	--------------	--------------	-----------------	--------------	--------------	-----------------	--------------	--------------	-----------------	--------------------------	-------------------------------	-------------------------------

Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado

Voz e pago:

1 - 5	27,1%	19,5%		10	16		17,3 p.p.	11,6 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	35,7%	57,5%	64,9%	10	16	3	17,8 p.p.	17,0 p.p.	39,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	37,1%	22,9%	35,1%	10	16	3	18,1 p.p.	15,5 p.p.	39,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	6,6	7,1	7,1	11	17	3	1,3	0,6	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Vídeo e pago:

1 - 5	20,3%	38,9%		10	14		14,0 p.p.	19,2 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	63,1%	33,1%	100,0%	10	14	2	20,1 p.p.	21,1 p.p.	41,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
9 - 10	16,5%	27,9%		10	14		17,8 p.p.	19,5 p.p.	41,9 p.p.	Não Sig.		
média	7,0	7,0	6,0	11	15	3	1,0	1,0	1,9	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Voz e gratuito:

1 - 5	9,0%	5,2%	6,1%	351	324	54	2,0 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	50,9%	55,4%	58,6%	351	324	54	3,5 p.p.	3,7 p.p.	8,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	40,1%	39,3%	35,3%	351	324	54	3,4 p.p.	3,6 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,0	8,0	7,8	366,0	343,0	57,0	0,1	0,1	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Vídeo e gratuito:

1 - 5	7,0%	8,9%	5,6%	320	313	54	2,0 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	52,1%	54,5%	60,4%	320	313	54	3,8 p.p.	4,0 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	40,9%	36,7%	34,0%	320	313	54	3,7 p.p.	3,8 p.p.	8,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,0	7,9	7,8	332	323	56	0,2	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Pago:

1 - 5	25,8%	28,6%		12	19		12,2 p.p.	13,4 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	53,7%	38,5%	100,0%	12	19	2	18,1 p.p.	16,5 p.p.	38,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
9 - 10	20,5%	32,8%		12	19		18,0 p.p.	15,8 p.p.	38,7 p.p.	Não Sig.		
média	7,0	7,4	6,7	12	19	2	0,8	0,8	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	3,4%	1,1%	3,1%	612	551	80	0,8 p.p.	0,7 p.p.	2,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	36,5%	48,5%	42,3%	612	551	80	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	60,1%	50,4%	54,6%	612	551	80	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,6	8,4	8,4	613	553	83	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado

Pago:

1 - 5							6,2 p.p.	4,8 p.p.				
6 - 8	50,7%	55,1%	77,6%	15	14	4	14,8 p.p.	19,6 p.p.	28,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	49,3%	44,9%	22,4%	15	14	4	14,4 p.p.	19,5 p.p.	28,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,3	8,4	7,7	15	14	4	0,5	0,4	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	2,5%	3,0%	0,6%	633	655	109	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	37,6%	50,1%	60,7%	633	655	109	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
9 - 10	59,9%	46,9%	38,6%	633	655	109	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,6	8,2	8,2	637	656	111	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Não Sig.

Qualidade apercebida da rede social mais utilizada

Pago:

1 - 5	22,0%	26,4%	20,4%	10	6	3	11,2 p.p.	19,9 p.p.	30,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	78,0%	61,2%	79,6%	10	6	3	12,9 p.p.	21,8 p.p.	30,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10		12,4%			6		7,1 p.p.	12,0 p.p.				
média	6,2	5,7	6,5	10	6	3	0,5	1,2	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	1,7%	4,3%	1,5%	622	665	134	0,7 p.p.	1,1 p.p.	1,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	46,1%	49,8%	50,9%	622	665	134	2,7 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	52,3%	45,9%	47,5%	622	665	134	2,7 p.p.	2,8 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,5	8,1	8,4	623	665	134	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Pago:

1 - 5	10,3%	25,9%		15	17		8,6 p.p.	13,1 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	16,4%	37,4%	100,0%	15	17	1	17,3 p.p.	17,8 p.p.	36,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
9 - 10	73,3%	36,7%		15	17		17,6 p.p.	17,5 p.p.	36,9 p.p.	Sig.		
média	8,7	6,9	6,0	15,00	18,00	1,00	0,6	1,1	1,5	Sig.	Sig.	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	1,0%	1,5%	1,5%	529	481	60	0,6 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	43,4%	56,6%	33,8%	529	481	60	3,0 p.p.	3,3 p.p.	9,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
9 - 10	55,7%	41,9%	64,7%	529	481	60	3,0 p.p.	3,3 p.p.	9,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
média	8,6	8,2	8,7	533,00	482,00	62,00	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Sig.

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	52,0%	44,1%	50,0%	456	458	79	3,1 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	48,0%	55,9%	50,0%	456	458	79	3,1 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	24,5%	18,4%	30,1%	254	221	40	3,5 p.p.	3,4 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	37,8%	39,3%	22,8%	254	221	40	4,1 p.p.	4,5 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	36,1%	38,4%	47,1%	254	221	40	4,1 p.p.	4,4 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	0,3%	0,4%		254	221		0,8 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Outros	1,1%	2,4%		254	221		0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.		
NS/NR	0,2%	1,1%		254	221		0,3 p.p.	1,0 p.p.		Não Sig.		

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	39,3%	31,8%	40,6%	632	594	95	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	60,7%	68,2%	59,4%	632	594	95	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	22,7%	17,4%	33,6%	244	183	38	3,4 p.p.	3,5 p.p.	10,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Operador de Internet	40,1%	37,3%	17,6%	244	183	38	4,1 p.p.	4,9 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	36,3%	43,3%	42,0%	244	183	38	4,1 p.p.	4,9 p.p.	11,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	0,2%	0,6%		244	183		1,0 p.p.	0,8 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,8%	1,4%	6,8%	244	183	38	0,5 p.p.	0,9 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR								0,3 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

Sim	47,0%	43,0%	35,2%	663	686	119	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Não	53,0%	57,0%	64,8%	663	686	119	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	17,3%	10,0%	16,3%	320	318	40	2,5 p.p.	2,2 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	47,6%	51,8%	35,1%	320	318	40	3,7 p.p.	3,9 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	33,2%	37,2%	44,8%	320	318	40	3,4 p.p.	3,7 p.p.	10,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,0%	1,0%		320	318	40	1,0 p.p.	0,7 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,9%		0,6%	320		40	0,5 p.p.		1,1 p.p.	Não Sig.		
NS/NR								0,6 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada

Sim	41,2%	47,3%	37,0%	642	683	144	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Não	58,8%	52,7%	63,0%	642	683	144	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	19,2%	17,9%	26,0%	276	319	61	3,0 p.p.	2,6 p.p.	8,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	36,8%	44,3%	23,2%	276	319	61	3,5 p.p.	4,0 p.p.	9,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	42,7%	36,3%	49,5%	276	319	61	3,6 p.p.	3,9 p.p.	10,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	0,4%	1,0%		276	319		1,0 p.p.	0,9 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,9%	0,3%		276	319		0,5 p.p.	0,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.		
NS/NR		0,2%	1,3%		319	61		0,2 p.p.	1,6 p.p.			Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	17,2%	15,5%	9,0%	559	515	64	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	82,8%	84,5%	91,0%	559	515	64	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	25,0%	17,9%	54,8%	101	95	7	5,4 p.p.	4,7 p.p.	15,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet	46,4%	47,1%	13,8%	101	95	7	6,7 p.p.	7,0 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	28,5%	34,4%	31,4%	101	95	7	6,4 p.p.	6,7 p.p.	18,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado								1,0 p.p.				
Outros								0,6 p.p.				
NS/NR		0,7%			95			0,8 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Sim	29,2%	35,3%	29,2%	645	732	136	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	70,8%	64,7%	70,8%	645	732	136	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	7,6%	8,9%	3,9%	183	261	47	2,5 p.p.	2,2 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	61,4%	54,7%	36,2%	183	261	47	4,7 p.p.	4,4 p.p.	12,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	28,2%	36,1%	56,7%	183	261	47	4,4 p.p.	4,2 p.p.	12,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Dispositivo utilizado	2,5%	0,2%		183	261		1,8 p.p.	0,8 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,3%	0,1%	3,1%	183	261	47	0,5 p.p.	0,2 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR												

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	188.648.470	117.077.752	37.848.926	456	458	79	1)	1)	1)			
Pop.	1773211	1633880	651964	456	458	79	1)	1)	1)			
Média	106,4	71,7	58,1	456	458	79	12,6	10,3	19,6	Sig.	Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	175.787.618	112.296.217	29.844.519	456	458	79	1)	1)	1)			
Pop.	1774486	1634535	652033	456	458	79	1)	1)	1)			
Média	99,1	68,7	45,8	456	458	79	11,9	9,6	11,2	Sig.	Sig.	Sig.

Consumo Futuro:

Min.	181.355.913	118.135.828	35.127.038	456	458	79	1)	1)	1)			
Pop.	1775762	1635191	652102	456	458	79	1)	1)	1)			
Média	102,1	72,2	53,9	456	458	79	12,5	10,6	14,2	Sig.	Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

	-7%	-4%	-21%				1)	1)	1)			
--	-----	-----	------	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução Presente-Futuro

	3%	5%	18%				1)	1)	1)			
--	----	----	-----	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	305.699.180	212.166.121	65.054.186	632	594	95	1)	1)	1)			
Pop.	2188382	1893984	763860	632	594	95	1)	1)	1)			
Média	139,7	112,0	85,2	632	594	95	26,5	11,7	18,3	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	316.296.178	216.087.262	70.247.683	632	594	95	1)	1)	1)			
Pop.	2188411	1894100	764142	632	594	95	1)	1)	1)			
Média	144,5	114,1	91,9	632	594	95	13,2	12,2	19,8	Sig.	Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.	318.950.459	221.800.986	79.839.298	632	594	95	1)	1)	1)			
Pop.	2188440	1894216	764424	632	594	95	1)	1)	1)			
Média	145,7	117,1	104,4	632	594	95	13,1	12,4	25,4	Sig.	Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

	3%	2%	8%				1)	1)	1)			
--	----	----	----	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução Presente-Futuro

	1%	3%	14%				1)	1)	1)			
--	----	----	-----	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	312.925.307	195.105.361	64.033.545	663	686	119	1)	1)	1)			
Pop.	2291707	2088195	798729	663	686	119	1)	1)	1)			
Média	136,5	93,4	80,2	663	686	119	10,1	9,1	18,2	Sig.	Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	316.164.755	201.490.011	59.523.083	663	686	119	1)	1)	1)			
Pop.	2291799	2088211	798889	663	686	119	1)	1)	1)			
Média	138,0	96,5	74,5	663	686	119	9,4	9,3	17,0	Sig.	Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.	335.523.264	214.289.568	63.957.784	663	686	119	1)	1)	1)			
Pop.	2291891	2088227	799049	663	686	119	1)	1)	1)			
Média	146,4	102,6	80,0	663	686	119	10,7	10,1	17,8	Sig.	Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente	1%	3%	-7%				1)	1)	1)			
---------------------------	----	----	-----	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução Presente-Futuro	6%	6%	7%				1)	1)	1)			
--------------------------	----	----	----	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	582.078.455	318.803.421	133.570.509	642	683	144	1)	1)	1)			
Pop.	2272620	2105422	858343	642	683	144	1)	1)	1)			
Média	256,1	151,4	155,6	642	683	144	44,7	13,9	36,3	Sig.	Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	456.615.964	319.415.723	131.547.247	642	683	144	1)	1)	1)			
Pop.	2272551	2105458	858419	642	683	144	1)	1)	1)			
Média	200,9	151,7	153,2	642	683	144	16,1	12,4	31,5	Sig.	Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.	455.692.025	320.746.074	142.854.913	642	683	144	1)	1)	1)			
Pop.	2272482	2105494	858495	642	683	144	1)	1)	1)			
Média	200,5	152,3	166,4	642	683	144	15,9	12,7	31,7	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente	-22%	0%	-2%				1)	1)	1)			
---------------------------	------	----	-----	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução Presente-Futuro	0%	0%	9%				1)	1)	1)			
--------------------------	----	----	----	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	101.240.595	87.269.151	53.532.282	559	515	64	1)	1)	1)			
Pop.	1833857	1578798	575132	559	515	64	1)	1)	1)			
Média	55,2	55,3	93,1	559	515	64	16,6	8,1	32,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	88.376.603	90.212.075	43.566.774	559	515	64	1)	1)	1)			
Pop.	1834556	1579021	575245	559	515	64	1)	1)	1)			
Média	48,2	57,1	75,7	559	515	64	7,8	7,9	24,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.	95.187.492	94.941.514	48.935.426	559	515	64	1)	1)	1)			
Pop.	1835256	1579244	575358	559	515	64	1)	1)	1)			
Média	51,9	60,1	85,1	559	515	64	8,3	9,3	27,2	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente	-13%	3%	-19%				1)	1)	1)			
---------------------------	------	----	------	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução Presente-Futuro	8%	5%	12%				1)	1)	1)			
--------------------------	----	----	-----	--	--	--	----	----	----	--	--	--

Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrônico (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	382.182.781	283.545.435	137.151.867	645	732	136	1)	1)	1)			
Pop.	2328058	2180925	916269	645	732	136	1)	1)	1)			
Média	164,2	130,0	149,7	645	732	136	22,9	10,6	36,3	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	352.248.455	297.150.511	123.588.230	645	732	136	1)	1)	1)			
Pop.	2328005	2180925	916258	645	732	136	1)	1)	1)			
Média	151,3	136,2	134,9	645	732	136	12,4	10,5	28,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Consumo Futuro:

Min.	357.716.763	319.052.025	127.934.751	645	732	136	1)	1)	1)				
Pop.	2327952	2180925	916247	645	732	136	1)	1)	1)				
Média	153,7	146,3	139,6	645	732	136	12,5	11,8	28,4		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-8%	5%	-10%				1)	1)	1)				
Evolução Presente-Futuro	2%	7%	4%				1)	1)	1)				

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	7,3	5,2	3,3	455	452	79	1)	1)	1)			
Voip - Internet fixa	91,8	63,5	42,4	455	452	79	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet móvel	15,5	10,7	11,9	632	594	95	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet fixa	129,1	103,4	80,0	632	594	95	1)	1)	1)			
Audiovisuais -Internet móvel	9,3	7,9	4,3	663	686	119	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet fixa	128,7	88,6	70,2	663	686	119	1)	1)	1)			
Redes sociais-Internet móvel	16,2	11,5	11,5	642	683	144	1)	1)	1)			
Redes sociais - Internet fixa	184,8	140,2	141,7	642	683	144	1)	1)	1)			
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	2,4	4,4	3,7	559	515	64	1)	1)	1)			
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	45,8	52,7	72,0	559	515	64	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	14,4	10,7	9,0	645	732	136	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	136,9	125,5	125,9	645	732	136	1)	1)	1)			

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

VoIP - Internet móvel	12.936.324	8.422.686	2.176.946	455	452	79	1)	1)	1)			
Voip - Internet fixa	162.851.294	103.873.531	27.667.574	455	452	79	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet móvel	33.859.735	20.185.628	9.117.926	632	594	95	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet fixa	282.436.443	195.901.634	61.129.757	632	594	95	1)	1)	1)			
Audiovisuais -Internet móvel	21.261.988	16.558.564	3.426.350	663	686	119	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet fixa	294.902.767	184.931.447	56.096.733	663	686	119	1)	1)	1)			
Redes sociais-Internet móvel	36.739.533	24.268.217	9.897.732	642	683	144	1)	1)	1)			
Redes sociais - Internet fixa	419.876.431	295.147.506	121.649.515	642	683	144	1)	1)	1)			
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	4.335.067	6.939.175	2.122.992	559	515	64	1)	1)	1)			
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	84.041.536	83.272.900	41.443.782	559	515	64	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	33.460.581	23.365.359	8.212.660	645	732	136	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	318.787.874	273.785.152	115.375.570	645	732	136	1)	1)	1)			

Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	7,5	5,4	3,9	455	452	79	1)	1)	1)			
Voip - Internet fixa	94,6	66,8	49,9	455	452	79	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet móvel	15,6	10,9	13,6	632	594	95	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet fixa	130,1	106,2	90,9	632	594	95	1)	1)	1)			
Audiovisuais -Internet móvel	9,8	8,4	4,6	663	686	119	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet fixa	136,6	94,2	75,4	663	686	119	1)	1)	1)			
Redes sociais-Internet móvel	16,1	11,6	12,5	642	683	144	1)	1)	1)			
Redes sociais - Internet fixa	184,4	140,8	153,9	642	683	144	1)	1)	1)			
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	2,5	4,6	4,1	559	515	64	1)	1)	1)			
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	49,3	55,5	80,9	559	515	64	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	14,6	11,5	9,3	645	732	136	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	139,1	134,8	130,4	645	732	136	1)	1)	1)			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
VoIP - Internet móvel	13.346.098	8.860.681	2.562.268	455	452	79	1)	1)	1)			
Voip - Internet fixa	168.009.814	109.275.147	32.564.771	455	452	79	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas - Internet móvel	34.143.878	20.719.371	10.362.887	632	594	95	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas - Internet fixa	284.806.581	201.081.615	69.476.411	632	594	95	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet móvel	22.563.842	17.610.439	3.681.626	663	686	119	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet fixa	312.959.422	196.679.129	60.276.158	663	686	119	1)	1)	1)			
Redes sociais-Internet móvel	36.665.192	24.369.293	10.748.531	642	683	144	1)	1)	1)			
Redes sociais - Internet fixa	419.026.832	296.376.781	132.106.383	642	683	144	1)	1)	1)			
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	4.669.156	7.302.967	2.384.604	559	515	64	1)	1)	1)			
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	90.518.336	87.638.546	46.550.822	559	515	64	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	33.980.024	25.087.505	8.501.494	645	732	136	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	323.736.739	293.964.520	119.433.257	645	732	136	1)	1)	1)			

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT**Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet**

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Acesso lento	77,6%	72,3%	68,3%	136	153	19	5,3 p.p.	5,5 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Quebras/ interrupções	63,2%	52,8%	68,6%	136	153	19	5,9 p.p.	6,0 p.p.	15,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Perdas de acesso	44,7%	40,2%	51,7%	136	153	19	6,1 p.p.	6,0 p.p.	15,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	44,5%	34,2%	5,5%	136	153	19	6,1 p.p.	5,7 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Cobertura do serviço fraca	39,3%	37,0%	40,1%	136	153	19	6,0 p.p.	6,0 p.p.	13,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Fraco apoio ao cliente	10,9%	19,2%	28,2%	136	153	19	4,0 p.p.	4,6 p.p.	12,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros												
NS/NR	4,1%	3,9%		136	153		2,3 p.p.	2,8 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.		

9.2.2 - Estudo do lado da Procura**Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP**

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Consumo atual - VoIP	24,1	21,9	18,1	456	458	79	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo atual - STF/STM	75,9	78,1	81,9	456	458	79	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	11,0	10,6	8,2	456	458	79	2,9 p.p.	2,8 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	89,0	89,4	91,8	456	458	79	2,9 p.p.	2,8 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	7,5	7,5	5,5	456	458	79	2,4 p.p.	2,4 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	92,5	92,5	94,5	456	458	79	2,4 p.p.	2,4 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	4,0	4,0	3,1	456	458	79	1,8 p.p.	1,8 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	96,0	96,0	96,9	456	458	79	1,8 p.p.	1,8 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Consumo atual - mensagens instantâneas	34,4	30,7	25,8	632	594	95	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo atual - STM	65,6	69,3	74,2	632	594	95	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STM - Mensagens instantâneas	18,6	16,0	14,6	632	594	95	3,0 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STM - STM	81,4	84,0	85,4	632	594	95	3,0 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - Mensagens instantâneas	13,2	12,7	11,7	632	594	95	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - STM	86,8	87,3	88,3	632	594	95	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - Mensagens instantâneas	7,3	7,7	6,5	632	594	95	2,0 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - STM	92,7	92,3	93,5	632	594	95	2,0 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Consumo atual - Audiovisual	31,8	24,4	25,7	663	686	119	1,5 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo atual - TV	68,2	75,6	74,3	663	686	119	1,5 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisual	17,7	11,7	12,4	663	686	119	2,9 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de TV - TV	82,3	88,3	87,6	663	686	119	2,9 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	13,7	8,7	9,3	663	686	119	2,6 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - TV	86,3	91,3	90,7	663	686	119	2,6 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisual	8,0	4,3	5,5	663	686	119	2,1 p.p.	1,5 p.p.	4,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - TV	92,0	95,7	94,5	663	686	119	2,1 p.p.	1,5 p.p.	4,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel

Preço	56,4%	52,5%	46,3%	456	458	79	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança	19,2%	8,7%	17,0%	456	458	79	2,3 p.p.	1,9 p.p.	5,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Qualidade do serviço	38,8%	25,8%	18,4%	456	458	79	3,0 p.p.	2,8 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	42,5%	37,2%	43,8%	456	458	79	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	22,0%	14,8%	17,3%	456	458	79	2,5 p.p.	2,2 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de videochamadas	42,6%	45,1%	39,6%	456	458	79	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	45,0%	37,3%	40,7%	456	458	79	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço V	29,3%	23,9%	36,4%	456	458	79	2,7 p.p.	2,7 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Outros		0,1%			458		0,3 p.p.	0,4 p.p.				
NS/NR	3,0%	3,8%	8,8%	456	458	79	1,1 p.p.	1,3 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel

Preço	55,1%	53,5%	48,3%	632	594	95	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança	15,0%	13,7%	24,4%	632	594	95	1,8 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Qualidade do serviço	36,9%	31,0%	29,7%	632	594	95	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	49,5%	46,8%	46,2%	632	594	95	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	22,9%	23,4%	26,8%	632	594	95	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	20,2%	17,0%	22,5%	632	594	95	2,1 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	27,7%	23,5%	13,0%	632	594	95	2,4 p.p.	2,3 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço II	41,2%	39,8%	29,4%	632	594	95	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Outros	0,2%	0,5%		632	594		0,3 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	4,6%	4,1%	2,1%	632	594	95	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão

Preço	36,7%	29,2%	36,3%	663	686	119	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança	12,3%	7,5%	10,9%	663	686	119	1,8 p.p.	1,6 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	52,7%	38,0%	32,0%	663	686	119	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	65,2%	57,1%	64,2%	663	686	119	2,4 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	1,1%	0,9%		663	686		0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.		
NS/NR	8,6%	13,0%	8,7%	663	686	119	1,3 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas

Melhoria da qualidade das chamadas por serviço VoIP	44,8%	35,5%	37,0%	456	458	79	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Internet fixa	38,4%	29,9%	25,6%	456	458	79	2,9 p.p.	3,0 p.p.	6,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Internet móvel	41,0%	31,7%	26,2%	456	458	79	3,0 p.p.	3,0 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Os serviços Voip aumentarem o seu número de funcionalidad	20,2%	15,7%	28,6%	456	458	79	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem semp	39,2%	35,6%	28,7%	456	458	79	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,1%	0,9%		456	458		0,3 p.p.	0,4 p.p.		Sig.		
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfego gratuito	0,1%	0,1%		456	458		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,5%			456			0,4 p.p.	0,3 p.p.				
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico fixo/ móvel	0,1%	0,1%		456	458		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	4,0%	6,8%	4,9%	456	458	79	1,3 p.p.	1,6 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens

Melhoria da qualidade das mensagens por serviço de mensag	35,4%	29,4%	35,0%	632	594	95	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet fixa	28,0%	19,7%	30,3%	632	594	95	2,3 p.p.	2,4 p.p.	6,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet móvel	39,1%	29,8%	38,7%	632	594	95	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Aumentar o número de funcionalidades do serviço de mensa	26,2%	22,6%	27,7%	632	594	95	2,4 p.p.	2,4 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem semp	39,0%	32,6%	25,0%	632	594	95	2,5 p.p.	2,7 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	1,4%	0,5%	2,6%	632	594	95	0,6 p.p.	0,3 p.p.	1,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Os serviços IM passarem a ser de tráfego gratuito	0,7%	0,1%		632	594		0,3 p.p.	0,2 p.p.		Sig.		
Outros	1,2%	0,4%		632	594		0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.		
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico móvel	10,5%	16,7%	20,6%	632	594	95	1,7 p.p.	2,2 p.p.	5,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	4,7%	6,2%	6,7%	632	594	95	1,1 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual												
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentar	44,5%	32,1%	28,6%	663	686	119	2,6 p.p.	2,6 p.p.	6,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a sua qualidade	42,9%	29,4%	30,7%	663	686	119	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a sua qualidade	33,6%	25,1%	14,6%	663	686	119	2,4 p.p.	2,5 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem o seu número	27,4%	24,3%	16,2%	663	686	119	2,3 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,8%	0,2%		663	686		0,4 p.p.	0,2 p.p.		Sig.		
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> passarem a ser de tráfego	0,4%			663			0,3 p.p.	0,1 p.p.				
Redução do preço dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i>	1,4%	1,0%		663	686		0,6 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
Outros	1,5%	0,4%	0,2%	663	686	119	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço de televisão	17,2%	28,8%	30,0%	663	686	119	2,0 p.p.	2,5 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	5,7%	9,4%	15,4%	663	686	119	1,2 p.p.	1,5 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

4.2.1 Caracterização da amostra

Género e classe etária

Masculino - mais 55 anos			71,1%			177			4,7 p.p.			
Masculino - 35 a 54 anos		57,2%			1083				2,0 p.p.			
Masculino - 16 a 34 anos	35,1%			1419			1,9 p.p.					
Feminino - mais 55 anos			28,9%			177			4,7 p.p.			
Feminino - 35 a 54 anos		42,8%			1083				2,0 p.p.			
Feminino - 16 a 34 anos	64,9%			1419			1,9 p.p.					

Nível de escolaridade

Ensino básico ou menos	7,6%	13,2%	30,8%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,4 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Ensino secundário	59,4%	62,9%	46,7%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Ensino superior	33,0%	23,9%	22,6%	1419	1083	177	1,8 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR								0,0 p.p.				

Distribuição por região por NUTS II

Norte	34,0%	32,8%	24,1%	1419	1083	177	1,8 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Centro	23,4%	18,4%	18,6%	1419	1083	177	1,6 p.p.	1,6 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Lisboa	28,3%	32,2%	35,4%	1419	1083	177	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Alentejo	7,7%	8,8%	4,4%	1419	1083	177	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Algarve	3,0%	2,5%	8,0%	1419	1083	177	0,6 p.p.	0,7 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Madeira	3,0%	3,9%	9,3%	1419	1083	177	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Açores	0,0%	0,6%	0,3%	1419	1083	177	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	0,6%	0,8%		1419	1083		0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.		

Situação profissional

Empregado	54,8%	80,1%	44,4%	1419	1083	177	1,9 p.p.	1,7 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Desempregado	18,3%	16,4%	8,4%	1419	1083	177	1,5 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Aluno/ Estudante	26,3%	0,1%		1419	1083		1,7 p.p.	0,2 p.p.		Sig.		
Outros inativos	0,5%	3,5%	47,0%	1419	1083	177	0,3 p.p.	0,7 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Outros			0,2%			177	0,1 p.p.		0,3 p.p.			
NS/NR	0,0%			1419			0,1 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.			

Rendimento mensal do agregado familiar

Até 485 euros	8,5%	5,1%	1,8%	1419	1083	177	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
De 486 a 970 euros	31,8%	24,1%	14,0%	1419	1083	177	1,8 p.p.	1,8 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
De 971 a 1455 euros	28,1%	29,3%	23,4%	1419	1083	177	1,7 p.p.	1,8 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros	12,0%	17,9%	21,3%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
De 1941 a 2425 euros	5,5%	11,5%	17,3%	1419	1083	177	0,9 p.p.	1,2 p.p.	3,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
De 2424 a 2909 euros	2,3%	3,3%	10,6%	1419	1083	177	0,6 p.p.	0,7 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Igual ou superior a 2910 euros	2,1%	3,1%	7,0%	1419	1083	177	0,6 p.p.	0,6 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	9,8%	5,7%	4,7%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Pacote de serviços de telecomunicações

Sim	98,3%	98,8%	100,0%	1382	1063	171	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Não	1,7%	1,2%		1382	1063		0,4 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		

Operador do pacote de serviços de telecomunicações

Meo	35,5%	40,1%	36,3%	1346	1047	171	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	29,9%	34,1%	48,7%	1346	1047	171	1,8 p.p.	2,0 p.p.	5,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Vodafone	30,5%	22,1%	8,2%	1346	1047	171	1,7 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Cabovisão	4,1%	3,7%	6,8%	1346	1047	171	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.

Serviços incluídos no pacote de telecomunicações

Televisão por assinatura	75,6%	79,8%	80,9%	1419	1083	177	1,6 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico fixo	71,0%	75,7%	79,8%	1419	1083	177	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Serviço telefónico móvel	64,7%	67,5%	73,3%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Internet fixa	89,8%	89,4%	92,6%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet móvel por dados móveis	62,4%	62,3%	67,1%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet móvel por pen USB	12,5%	17,7%	17,8%	1419	1083	177	1,3 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	3,4%	0,7%	2,4%	1419	1083	177	0,6 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações												
Entre 0 e 9,99 euros	11,6%	4,1%	3,9%	1419	1083	177	1,0 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	13,7%	8,2%	7,1%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,0 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	10,2%	9,7%	12,2%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,2 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 e 39,99 euros	10,4%	13,6%	9,3%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	12,7%	15,1%	8,3%	1419	1083	177	1,4 p.p.	1,4 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	21,7%	27,4%	31,3%	1419	1083	177	1,6 p.p.	1,8 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	10,4%	13,1%	18,1%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	4,8%	5,9%	6,5%	1419	1083	177	0,7 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
120 euros ou mais	0,8%	0,9%	1,8%	1419	1083	177	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	3,7%	2,0%	1,4%	1419	1083	177	0,7 p.p.	0,5 p.p.	1,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Tarifários de Internet móvel												
Tarifário diário	16,0%	11,8%	23,4%	416	198	16	3,3 p.p.	3,8 p.p.	15,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tarifário semanal	13,1%	5,0%		416	198		2,8 p.p.	2,4 p.p.		Sig.		
Tarifário mensal com dados móveis	9,8%	6,9%	1,5%	416	198	16	2,4 p.p.	2,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Assinatura mensal não incluída num pacote de telecomunicações	49,9%	57,8%	58,4%	416	198	16	4,4 p.p.	6,0 p.p.	19,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	2,4%	7,9%	9,4%	416	198	16	1,4 p.p.	3,6 p.p.	10,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	8,7%	10,6%	7,3%	416	198	16	2,5 p.p.	3,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Utilização dos grupos de serviços OTT												
Motores de busca	98,7%	96,8%	92,4%	1419	1083	177	0,4 p.p.	0,6 p.p.	2,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Redes sociais	96,0%	92,5%	84,3%	1419	1083	177	0,7 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Serviços audiovisuais	94,4%	85,1%	74,9%	1419	1083	177	0,7 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Mensagens instantâneas	93,5%	87,3%	76,8%	1419	1083	177	1,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
VoIP	77,9%	76,0%	75,7%	1419	1083	177	1,6 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha e armazenamento de ficheiros	68,4%	64,3%	48,2%	1419	1083	177	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Serviços VoIP utilizados												
Apenas voz:												
Skype	6,6%	8,4%	8,0%	1419	1083	177	1,0 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout	0,3%	1,4%		1419	1083		0,1 p.p.	0,3 p.p.		Sig.		
Facetime	1,1%	1,1%		1419	1083		0,5 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Viber	11,2%	14,2%	5,6%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Whatsapp	22,6%	19,4%	14,5%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Facebook Messenger	28,0%	26,8%	18,3%	1419	1083	177	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Hangouts	4,5%	6,7%	1,8%	1419	1083	177	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Wechat	0,7%	0,6%	1,1%	1419	1083	177	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,2%	0,5%		1419	1083		0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.		
Line	0,4%	1,3%		1419	1083		0,3 p.p.	0,4 p.p.		Sig.		
Tango	0,1%	0,6%		1419	1083		0,1 p.p.	0,2 p.p.		Sig.		
Outros	0,8%	1,4%	0,2%	1419	1083	177	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apenas videochamada:												
Skype	9,8%	11,5%	4,7%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Skypeout	0,9%	0,8%		1419	1083		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Facetime	2,4%	2,6%	0,5%	1419	1083	177	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Viber	2,2%	2,0%		1419	1083		0,5 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Whatsapp	2,9%	2,9%	2,2%	1419	1083	177	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	5,0%	6,6%	5,8%	1419	1083	177	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	1,6%	2,3%	0,5%	1419	1083	177	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wechat	0,8%	0,5%		1419	1083		0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.		
QQ	0,6%	0,5%		1419	1083		0,3 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Line	0,5%	0,3%		1419	1083		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Tango	0,7%	0,3%		1419	1083		0,2 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Outros		0,2%			1083			0,1 p.p.				

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Voz + Videochamada:												
Skype	31,8%	27,3%	39,9%	1419	1083	177	1,8 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Skypeout	0,5%	0,9%	1,2%	1419	1083	177	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facetime	8,8%	5,1%	3,2%	1419	1083	177	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Viber	6,4%	5,3%	1,5%	1419	1083	177	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Whatsapp	13,6%	9,7%	4,8%	1419	1083	177	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Facebook Messenger	26,0%	20,6%	19,3%	1419	1083	177	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Hangouts	4,7%	3,6%	1,3%	1419	1083	177	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Wechat	0,9%	0,9%	0,2%	1419	1083	177	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,5%	0,3%		1419	1083		0,3 p.p.	0,2 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.		
Line	0,8%	0,8%	0,2%	1419	1083	177	0,3 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tango	0,9%	0,3%	0,2%	1419	1083	177	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros	0,7%	0,4%		1419	1083		0,3 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Serviço VoIP mais utilizado												
Skype	30,2%	30,9%	56,1%	574	466	96	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Skypeout												
Facetime	2,5%	2,8%	0,3%	574	466	96	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Viber	7,3%	7,1%	2,9%	574	466	96	1,4 p.p.	1,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	15,1%	15,5%	8,2%	574	466	96	1,7 p.p.	1,6 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Facebook Messenger	43,1%	39,8%	31,8%	574	466	96	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Hangouts	1,6%	3,4%	0,7%	574	466	96	0,8 p.p.	1,2 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	0,1%			574			0,3 p.p.	0,2 p.p.				
QQ							0,2 p.p.					
Line		0,3%			466		0,1 p.p.	0,3 p.p.				
Tango	0,1%			574			0,1 p.p.					
Outros	0,1%	0,2%		574	466		0,6 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
Serviços de mensagens instantâneas utilizados												
Whatsapp	47,4%	33,9%	23,1%	1419	1083	177	1,7 p.p.	1,6 p.p.	3,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Facebook Messenger	85,0%	73,6%	52,3%	1419	1083	177	1,4 p.p.	1,8 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Skype	37,1%	32,3%	39,0%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	15,5%	15,4%	6,2%	1419	1083	177	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Hangouts	11,3%	10,4%	4,2%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wechat	0,8%	0,6%	0,3%	1419	1083	177	0,3 p.p.	0,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	0,8%	0,5%	1,2%	1419	1083	177	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	0,0%	0,2%		1419	1083		0,2 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.		
Tango	0,6%	0,2%		1419	1083		0,2 p.p.	0,1 p.p.		Sig.		
Outros	2,5%	1,1%		1419	1083		0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Sig.		
Nenhum	6,5%	12,7%	23,2%	1419	1083	177	1,0 p.p.	1,4 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
Whatsapp	16,2%	17,1%	15,9%	761	573	101	1,5 p.p.	1,6 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	72,3%	68,0%	51,8%	761	573	101	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Skype	4,4%	7,8%	28,0%	761	573	101	1,5 p.p.	1,8 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Viber	3,8%	3,7%	1,6%	761	573	101	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Hangouts	3,0%	3,3%	2,8%	761	573	101	1,0 p.p.	1,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat												
Line												
QQ							0,1 p.p.					
Tango												
Outros	0,2%	0,1%		761	573		0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de audiovisual utilizados												
Youtube	91,9%	82,4%	69,8%	1419	1083	177	0,9 p.p.	1,4 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Spotify	28,3%	12,9%	5,4%	1419	1083	177	1,8 p.p.	1,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Vine	5,2%	1,4%		1419	1083		1,0 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Sig.		
Vimeo	7,9%	12,1%	9,9%	1419	1083	177	1,3 p.p.	1,4 p.p.	2,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music	4,7%	5,7%	8,3%	1419	1083	177	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Musica	11,0%	12,4%	8,1%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
RTP Play	7,9%	12,2%	13,9%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,4 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Go	11,4%	11,9%	10,2%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI Player	11,5%	10,7%	13,1%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,3 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SoundCloud	8,0%	4,0%	1,6%	1419	1083	177	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Metacafe	1,2%	1,2%		1419	1083		0,4 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Tidal	0,1%	0,2%		1419	1083		0,2 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Rhapsody	0,2%	0,2%	1,5%	1419	1083	177	0,1 p.p.	0,3 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Outro	2,7%	2,5%	0,2%	1419	1083	177	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Nenhum	5,9%	15,0%	25,1%	1419	1083	177	0,8 p.p.	1,2 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Serviço de audiovisual mais utilizado												
Youtube	87,1%	87,6%	83,2%	776	544	80	1,7 p.p.	1,8 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Spotify	6,3%	3,4%		776	544		1,2 p.p.	0,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.		
Vine	0,6%			776			0,3 p.p.					
Vimeo	0,1%	0,5%		776	544		0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.		
Apple Music	0,6%	1,0%		776	544		0,3 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
MEO Musica	1,6%	2,0%		776	544		0,7 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
RTP Play	0,7%	0,8%	2,7%	776	544	80	0,3 p.p.	0,5 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Go	1,6%	2,6%	11,1%	776	544	80	0,6 p.p.	1,0 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TVI Player	0,5%	1,1%	2,9%	776	544	80	0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
SoundCloud		0,3%			544			0,2 p.p.				
Metacafe	0,1%			776			0,2 p.p.					
Tidal												
Rhapsody		0,1%			544			0,1 p.p.				
Outro	0,8%	0,7%		776	544		0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.		
Redes sociais utilizadas												
Facebook	92,9%	89,9%	80,0%	1419	1083	177	0,9 p.p.	1,1 p.p.	3,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Instagram	46,1%	25,2%	16,4%	1419	1083	177	1,9 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
LinkedIn	15,1%	19,7%	14,8%	1419	1083	177	1,5 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Plus	11,1%	18,1%	27,3%	1419	1083	177	1,3 p.p.	1,6 p.p.	4,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Twitter	15,4%	14,4%	11,3%	1419	1083	177	1,4 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	12,7%	9,3%	5,5%	1419	1083	177	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Myspace	2,5%	2,1%	1,3%	1419	1083	177	0,6 p.p.	0,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Flirck	1,7%	1,4%	1,0%	1419	1083	177	0,6 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tumblr	11,6%	2,5%	1,0%	1419	1083	177	1,3 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outro	1,0%	0,4%		1419	1083		0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.		
Nenhum	4,2%	7,5%	15,7%	1419	1083	177	0,7 p.p.	1,0 p.p.	3,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Rede social mais utilizada												
Facebook	87,9%	95,2%	93,2%	750	530	56	1,6 p.p.	1,3 p.p.	3,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Instagram	7,9%	0,4%		750	530		1,2 p.p.	0,4 p.p.		Sig.		
LinkedIn	0,4%	1,0%		750	530		0,3 p.p.	0,7 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.		
Google Plus	0,8%	1,6%	6,8%	750	530	56	0,4 p.p.	0,8 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Twitter	1,1%	1,6%		750	530		0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.		
Pinterest	0,5%	0,1%		750	530		0,4 p.p.	0,3 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.		
Myspace												
Flirck		0,1%			530			0,1 p.p.				
Tumblr	1,1%	0,1%		750	530		0,7 p.p.	0,1 p.p.		Sig.		
Outro	0,2%			750			0,3 p.p.		0,7 p.p.			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dropbox	43,3%	33,9%	27,0%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Google Drive	37,1%	38,4%	26,0%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
OneDrive	18,5%	15,4%	12,8%	1419	1083	177	1,6 p.p.	1,5 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
iCloud	12,3%	10,9%	10,3%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,2 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	8,0%	11,9%	7,4%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Google Hangouts	4,2%	4,1%	4,1%	1419	1083	177	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Office 365	10,1%	6,2%	4,5%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,0 p.p.	2,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Team Viewer	8,7%	6,8%	1,2%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Salesfoce	0,1%	0,4%		1419	1083		0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.		
Outro	1,0%	1,2%	1,3%	1419	1083	177	0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	32,1%	35,9%	52,0%	1419	1083	177	1,7 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	42,0%	36,6%	40,9%	552	430	60	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Drive	25,1%	30,5%	24,7%	552	430	60	2,6 p.p.	2,9 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OneDrive	13,9%	11,7%	8,8%	552	430	60	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
iCloud	6,4%	6,4%	9,6%	552	430	60	1,2 p.p.	1,3 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	5,5%	7,4%	7,3%	552	430	60	1,4 p.p.	1,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Hangouts	1,1%	1,7%	7,6%	552	430	60	0,6 p.p.	0,6 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Office 365	3,3%	3,1%	1,1%	552	430	60	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Team Viewer	2,4%	2,1%		552	430		0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.		
Salesfoce												
Outro	0,4%	0,5%		552	430		0,5 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.		

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	97,3%	95,1%	89,0%	1419	1083	177	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Yahoo	7,9%	8,1%	11,8%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,1 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Bing	7,9%	11,3%	9,8%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ask	3,7%	4,6%	4,6%	1419	1083	177	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Amazon	11,1%	9,8%	6,8%	1419	1083	177	1,3 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ebay	27,1%	21,3%	9,1%	1419	1083	177	1,7 p.p.	1,7 p.p.	3,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Groupon	7,9%	8,0%	7,7%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OLX	45,2%	41,2%	29,0%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Wikipedia	36,4%	26,2%	20,2%	1419	1083	177	1,9 p.p.	1,8 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Sapo	24,8%	32,7%	34,1%	1419	1083	177	1,6 p.p.	1,9 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outro	1,2%	1,3%	0,2%	1419	1083	177	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Nenhum	1,3%	3,2%	7,6%	1419	1083	177	0,4 p.p.	0,6 p.p.	2,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.

Motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Google	92,6%	87,8%	87,4%	746	571	50	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Yahoo		0,7%			571		0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.			
Bing	0,1%	1,5%		746	571		0,2 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Sig.		
Ask							0,1 p.p.	0,1 p.p.				
Amazon	0,7%	0,1%		746	571		0,4 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Ebay	2,1%	3,0%	4,1%	746	571	50	0,8 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Groupon	0,1%	0,1%	3,7%	746	571	50	0,2 p.p.	0,2 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
OLX	2,9%	4,3%	4,0%	746	571	50	0,9 p.p.	1,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wikipedia	0,6%	0,5%		746	571		0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.		
Sapo	0,7%	1,8%	0,9%	746	571	50	0,4 p.p.	0,7 p.p.	2,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	0,2%	0,3%		746	571		0,2 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		

No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet

Sim	46,5%	47,7%	28,5%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Não	49,6%	49,3%	69,7%	1419	1083	177	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	3,9%	3,0%	1,8%	1419	1083	177	0,7 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP

Preço	29,6%	31,1%	35,6%	574	466	96	2,8 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	41,5%	27,5%	27,5%	574	466	96	3,0 p.p.	2,9 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	54,7%	43,0%	52,6%	574	466	96	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	17,8%	12,5%	12,4%	574	466	96	2,5 p.p.	2,3 p.p.	5,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de videochamadas	31,8%	30,0%	43,2%	574	466	96	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à I	57,3%	56,8%	60,0%	574	466	96	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	18,6%	24,0%	16,7%	574	466	96	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	41,7%	39,1%	33,6%	574	466	96	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,9%	1,0%	1,9%	574	466	96	0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	2,3%	2,8%		574	466		0,8 p.p.	0,9 p.p.		Não Sig.		

Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas

Preço	27,4%	34,7%	40,4%	761	573	101	2,3 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	41,1%	28,5%	42,6%	761	573	101	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Funcionalidades do serviço	58,1%	50,0%	56,2%	761	573	101	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	27,5%	25,8%	40,3%	761	573	101	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	24,2%	24,8%	27,4%	761	573	101	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	35,5%	26,4%	16,5%	761	573	101	2,5 p.p.	2,5 p.p.	5,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à I	60,5%	52,9%	54,7%	761	573	101	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	15,8%	17,6%	20,0%	761	573	101	1,8 p.p.	2,1 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	57,0%	41,5%	35,6%	761	573	101	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros	1,1%	0,7%	0,4%	761	573	101	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	1,5%	3,0%	0,4%	761	573	101	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual

Preço	26,6%	22,0%	20,4%	776	544	80	2,3 p.p.	2,3 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	56,8%	41,5%	30,3%	776	544	80	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Funcionalidades do serviço	77,4%	66,1%	60,8%	776	544	80	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	10,7%	18,5%	27,2%	776	544	80	1,7 p.p.	2,1 p.p.	6,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	1,8%	1,2%		776	544		0,7 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.		
Outros	0,8%	1,2%	2,8%	776	544	80	0,5 p.p.	0,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	3,2%	5,5%	6,7%	776	544	80	0,9 p.p.	1,5 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de redes sociais

Qualidade do serviço	32,5%	23,0%	25,7%	750	530	56	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	60,0%	53,0%	49,9%	750	530	56	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	26,7%	25,9%	41,3%	750	530	56	2,4 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	66,8%	69,2%	67,5%	750	530	56	2,5 p.p.	2,5 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	1,7%	2,2%		750	530		0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.		
NS/NR	2,9%	3,7%	0,8%	750	530	56	0,8 p.p.	0,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Preço	21,4%	27,5%	40,9%	552	430	60	2,6 p.p.	2,8 p.p.	8,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Segurança da informação	34,8%	30,1%	26,8%	552	430	60	2,8 p.p.	3,0 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	55,0%	40,0%	35,8%	552	430	60	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	62,0%	56,1%	59,3%	552	430	60	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de utilizadores	42,3%	34,2%	28,4%	552	430	60	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço em qualquer dispositivo com acesso à Int	40,6%	41,4%	32,3%	552	430	60	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	42,9%	36,3%	42,2%	552	430	60	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ausência de limitação de tamanho do ficheiro	10,2%	10,6%	10,6%	552	430	60	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	15,1%	11,2%	14,7%	552	430	60	2,2 p.p.	2,2 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	8,7%	7,5%	7,3%	552	430	60	1,8 p.p.	1,7 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,4%	0,6%		552	430		0,5 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	2,1%	1,6%	6,6%	552	430	60	0,7 p.p.	0,8 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrônico												
Qualidade do serviço	70,6%	57,0%	37,4%	746	571	50	2,4 p.p.	2,7 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Funcionalidades do serviço	66,4%	62,2%	46,6%	746	571	50	2,5 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Conselho de amigos	7,7%	10,2%	16,1%	746	571	50	1,5 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Ausência de limites para o tipo de informação apresentada	32,3%	24,7%	34,2%	746	571	50	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Rápida resposta ao pedido de informação	64,9%	50,7%	47,2%	746	571	50	2,4 p.p.	2,7 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Diversas fontes de informação	51,0%	35,0%	43,4%	746	571	50	2,6 p.p.	2,7 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Compras mais eficientes	2,6%	3,2%	7,7%	746	571	50	0,9 p.p.	0,9 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Maior leque de escolha/ oferta	2,7%	4,5%	0,6%	746	571	50	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Preços reduzidos	3,1%	3,4%	6,5%	746	571	50	0,9 p.p.	1,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviços personalizados	1,1%	0,2%		746	571		0,4 p.p.	0,3 p.p.	1,5 p.p.	Sig.		
Comodidade do processo de compra	1,9%	2,6%	7,4%	746	571	50	0,7 p.p.	0,8 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Eliminação de distâncias física	1,2%	1,7%	3,5%	746	571	50	0,5 p.p.	0,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Acesso 24 horas por dia	2,2%	2,5%	0,6%	746	571	50	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,8%	0,8%		746	571		0,5 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.		
NS/NR	1,4%	1,7%		746	571		0,6 p.p.	0,6 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.		
Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal												
ChatOn	12,2%	11,2%	9,0%	1419	1083	177	1,2 p.p.	1,3 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	5,3%	6,9%	1,5%	1419	1083	177	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Amazon Instant Vídeo	13,1%	11,1%	12,7%	1419	1083	177	1,3 p.p.	1,3 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	8,2%	8,6%	9,1%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,1 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	14,9%	8,6%	4,3%	1419	1083	177	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Hulu	8,1%	3,4%	0,5%	1419	1083	177	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Netflix	49,1%	32,5%	15,7%	1419	1083	177	1,9 p.p.	1,9 p.p.	4,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Sky Go	9,6%	12,6%	11,2%	1419	1083	177	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	1,5%	2,6%	1,6%	1419	1083	177	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pandora	15,8%	13,2%	10,1%	1419	1083	177	1,4 p.p.	1,3 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Vevo	43,1%	26,2%	9,1%	1419	1083	177	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Uber	41,1%	31,5%	22,2%	1419	1083	177	1,9 p.p.	1,9 p.p.	4,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Nenhum	0,1%	0,2%		1419	1083		0,1 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Outro	26,1%	42,4%	54,2%	1419	1083	177	1,7 p.p.	2,0 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal												
ChatOn	29,2%	36,9%	47,5%	154	125	17	5,5 p.p.	6,0 p.p.	17,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	26,9%	27,4%	85,1%	66	68	3	7,5 p.p.	8,2 p.p.	32,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Amazon Instant Vídeo	32,6%	46,6%	64,4%	175	128	26	5,2 p.p.	6,1 p.p.	12,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	38,3%	48,6%	38,4%	118	103	14	6,4 p.p.	7,1 p.p.	16,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	54,4%	57,0%	54,1%	213	105	8	5,1 p.p.	7,0 p.p.	23,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hulu	38,9%	61,3%		125	46		5,7 p.p.	10,3 p.p.	34,5 p.p.	Sig.		
Netflix	78,2%	73,1%	58,4%	762	405	38	2,2 p.p.	3,1 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Sky Go	37,0%	47,8%	58,1%	118	122	17	6,4 p.p.	6,5 p.p.	15,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	2,1%	31,7%	82,2%	17	23	3	13,1 p.p.	16,5 p.p.	36,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Pandora	34,0%	35,1%	45,3%	220	141	18	4,6 p.p.	5,5 p.p.	16,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vevo	44,1%	48,5%	58,0%	611	290	13	2,9 p.p.	4,1 p.p.	18,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Uber	42,3%	44,8%	42,0%	664	385	48	2,8 p.p.	3,5 p.p.	10,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	100,0%	42,0%		1	3							
Outro	18,3%	19,0%	28,2%	1087	662	84	1,7 p.p.	2,1 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP												
<u>Dias úteis das 7 às 19 horas:</u>												
Não acede	26,4%	28,0%	23,7%	574	466	96	2,8 p.p.	3,0 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,4%	33,9%	32,3%	574	466	96	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,4%	15,1%	25,3%	574	466	96	2,3 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	11,3%	9,4%	9,4%	574	466	96	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	10,4%	7,8%	8,4%	574	466	96	1,7 p.p.	1,7 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,6%	4,8%		574	466		1,6 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.		
Entre 5 a 12 horas	2,5%	1,0%	0,9%	574	466	96	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	46,9	32,7	24,9	574	466	96	6,6	5,0	5,7	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Dias úteis das 19 às 7 horas:												
Não acede	13,9%	14,2%	24,7%	574	466	96	2,0 p.p.	2,3 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	27,7%	36,1%	36,7%	574	466	96	2,7 p.p.	3,0 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,1%	18,6%	17,2%	574	466	96	2,4 p.p.	2,6 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,6%	13,1%	12,4%	574	466	96	2,3 p.p.	2,2 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,1%	12,3%	6,4%	574	466	96	2,2 p.p.	2,2 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,6%	5,2%	2,6%	574	466	96	1,7 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,1%	0,5%		574	466		0,7 p.p.	0,4 p.p.		Sig.		
Média min.	55,9	37,4	23,6	574	466	96	5,7	4,3	5,4	Sig.	Sig.	Sig.
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	19,5%	20,4%	31,6%	574	466	96	2,5 p.p.	2,7 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,2%	30,5%	30,9%	574	466	96	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,5%	16,7%	17,7%	574	466	96	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	12,6%	13,8%	7,7%	574	466	96	2,2 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,6%	9,2%	8,9%	574	466	96	2,2 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,1%	7,9%	2,7%	574	466	96	1,6 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,6%	1,6%	0,5%	574	466	96	1,0 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	57,3	45,3	26,1	574	466	96	7,5	6,3	7,0	Não Sig.	Sig.	Sig.
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	19,2%	18,4%	23,0%	574	466	96	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,4%	29,6%	39,1%	574	466	96	2,5 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	13,9%	16,1%	18,8%	574	466	96	2,2 p.p.	2,5 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,1%	14,4%	5,9%	574	466	96	2,3 p.p.	2,3 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	14,9%	12,8%	8,5%	574	466	96	2,1 p.p.	2,2 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,4%	8,1%	4,7%	574	466	96	1,9 p.p.	1,7 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,1%	0,6%		574	466		0,9 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
Média min.	59,0	44,3	27,5	574	466	96	7,1	5,8	7,0	Sig.	Sig.	Sig.
Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas												
Dias úteis das 7 às 19 horas:												
Não acede	7,3%	11,2%	15,7%	761	573	101	1,4 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,2%	40,0%	44,4%	761	573	101	2,3 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,4%	22,1%	22,7%	761	573	101	2,0 p.p.	2,4 p.p.	5,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,5%	10,4%	7,3%	761	573	101	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,4%	8,6%	7,7%	761	573	101	1,9 p.p.	1,6 p.p.	3,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,9%	5,6%	2,1%	761	573	101	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	5,2%	2,1%		761	573		1,0 p.p.	0,9 p.p.		Sig.		
Média min.	79,6	43,1	23,3	761	573	101	7,1	7,1	7,0	Sig.	Sig.	Sig.
Dias úteis das 19 às 7 horas:												
Não acede	5,1%	8,1%	15,9%	761	573	101	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	20,8%	34,9%	40,9%	761	573	101	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,6%	18,2%	16,8%	761	573	101	1,9 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,6%	20,5%	17,9%	761	573	101	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	20,5%	10,9%	6,6%	761	573	101	2,2 p.p.	1,9 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,9%	6,1%	1,8%	761	573	101	1,7 p.p.	1,5 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,5%	1,3%		761	573		0,8 p.p.	0,7 p.p.	1,4 p.p.	Sig.		
Média min.	75,6	45,3	24,9	761	573	101	6,2	6,2	13,7	Sig.	Sig.	Sig.
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	7,6%	9,3%	14,2%	761	573	101	1,5 p.p.	1,9 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,3%	33,5%	46,4%	761	573	101	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,2%	17,5%	17,7%	761	573	101	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,1%	15,7%	10,7%	761	573	101	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,4%	14,5%	7,5%	761	573	101	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	12,7%	7,2%	1,8%	761	573	101	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	8,7%	2,3%	1,8%	761	573	101	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Média min.	98,2	53,3	32,1	761	573	101	8,8	7,3	11,5	Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	7,4%	10,1%	21,4%	761	573	101	1,4 p.p.	1,9 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	19,9%	33,1%	36,2%	761	573	101	2,1 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,9%	15,5%	14,7%	761	573	101	1,9 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,8%	17,8%	10,1%	761	573	101	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,5%	13,6%	14,5%	761	573	101	2,1 p.p.	2,1 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	14,1%	8,5%	3,1%	761	573	101	1,8 p.p.	1,7 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	7,4%	1,3%		761	573		1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Sig.		
Média min.	96,3	50,9	30,3	761	573	101	8,7	6,7	14,1	Sig.	Sig.	Não Sig.
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual												
Dias úteis das 7 às 19 horas:												
Não acede	16,2%	21,2%	20,8%	776	544	80	1,9 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	28,7%	34,3%	31,8%	776	544	80	2,2 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,8%	17,6%	22,0%	776	544	80	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,9%	14,4%	12,7%	776	544	80	1,9 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	8,6%	8,9%	12,8%	776	544	80	1,8 p.p.	1,5 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,4%	3,3%		776	544		1,4 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	Sig.		
Entre 5 a 12 horas	1,3%	0,3%		776	544		0,7 p.p.	0,7 p.p.		Não Sig.		
Média min.	46,5	29,7	24,7	776	544	80	5,6	5,4	7,5	Sig.	Sig.	Não Sig.
Dias úteis das 19 às 7 horas:												
Não acede	7,9%	11,0%	14,2%	776	544	80	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	27,1%	29,1%	30,8%	776	544	80	2,1 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,9%	18,1%	24,7%	776	544	80	2,0 p.p.	2,4 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,2%	21,2%	18,5%	776	544	80	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,6%	15,9%	7,7%	776	544	80	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,3%	4,6%	4,0%	776	544	80	1,5 p.p.	1,3 p.p.	3,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,0%	0,1%		776	544		0,6 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Média min.	53,3	40,6	31,8	776	544	80	5,6	4,4	8,7	Sig.	Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	9,6%	15,5%	23,0%	776	544	80	1,6 p.p.	2,0 p.p.	5,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,0%	28,9%	26,3%	776	544	80	2,1 p.p.	2,4 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,6%	20,2%	21,4%	776	544	80	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,2%	14,1%	12,9%	776	544	80	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,1%	11,9%	11,3%	776	544	80	2,0 p.p.	1,9 p.p.	4,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,4%	8,5%	5,2%	776	544	80	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,9%	1,0%		776	544		0,9 p.p.	0,8 p.p.		Não Sig.		
Média min.	62,1	46,6	33,8	776	544	80	7,6	6,6	9,1	Sig.	Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	9,9%	13,4%	27,6%	776	544	80	1,5 p.p.	1,8 p.p.	5,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,3%	24,7%	19,8%	776	544	80	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,5%	17,3%	16,4%	776	544	80	1,8 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,2%	20,2%	19,3%	776	544	80	2,0 p.p.	2,3 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	18,1%	14,9%	10,0%	776	544	80	2,2 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	12,8%	8,2%	4,5%	776	544	80	1,8 p.p.	1,6 p.p.	3,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,1%	1,3%	2,4%	776	544	80	0,8 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	67,0	52,3	44,6	776	544	80	6,4	7,2	12,9	Sig.	Sig.	Não Sig.
Tempo médio dedicado à utilização de redes sociais												
Dias úteis das 7 às 19 horas:												
Não acede	7,3%	12,0%	21,4%	750	530	56	1,3 p.p.	1,9 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	14,5%	26,5%	24,4%	750	530	56	1,9 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	20,1%	20,1%	17,3%	750	530	56	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,6%	17,1%	19,1%	750	530	56	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,8%	17,8%	9,7%	750	530	56	2,1 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	14,6%	3,8%	8,2%	750	530	56	1,8 p.p.	1,5 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,1%	2,7%		750	530		1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	Sig.		
Média min.	92,5	52,2	40,3	750	530	56	9,6	6,8	15,6	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Dias úteis das 19 às 7 horas:												
Não acede	3,4%	6,5%	18,0%	750	530	56	1,0 p.p.	1,3 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	14,4%	19,7%	16,3%	750	530	56	1,8 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,3%	22,6%	21,9%	750	530	56	2,0 p.p.	2,3 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	20,4%	22,3%	17,3%	750	530	56	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	20,4%	18,2%	17,6%	750	530	56	2,2 p.p.	2,4 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	17,2%	10,1%	8,8%	750	530	56	2,0 p.p.	1,8 p.p.	4,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	5,0%	0,6%		750	530		1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,6 p.p.	Sig.		
Média min.	94,6	57,1	48,4	750	530	56	8,5	6,8	15,3	Sig.	Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	6,6%	9,9%	13,6%	750	530	56	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	13,5%	22,9%	28,1%	750	530	56	1,7 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,4%	18,2%	23,5%	750	530	56	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,1%	18,9%	15,9%	750	530	56	2,0 p.p.	2,2 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	19,3%	19,6%	7,6%	750	530	56	2,2 p.p.	2,2 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	17,1%	7,9%	11,2%	750	530	56	1,9 p.p.	1,7 p.p.	4,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	7,9%	2,6%		750	530		1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Sig.		
Média min.	106,5	62,1	45,1	750	530	56	9,7	7,8	15,8	Sig.	Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	4,6%	7,0%	25,7%	750	530	56	1,1 p.p.	1,5 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	14,9%	19,8%	18,4%	750	530	56	1,7 p.p.	2,1 p.p.	5,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,3%	18,4%	15,8%	750	530	56	1,9 p.p.	2,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,5%	19,5%	9,2%	750	530	56	2,0 p.p.	2,1 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	21,4%	21,7%	25,2%	750	530	56	2,2 p.p.	2,4 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	19,0%	12,3%	1,9%	750	530	56	2,1 p.p.	1,9 p.p.	4,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	7,3%	1,3%	3,8%	750	530	56	1,3 p.p.	1,1 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	108,7	66,4	55,1	750	530	56	9,3	8,1	21,1	Sig.	Sig.	Não Sig.
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros												
Dias úteis das 7 às 19 horas:												
Não acede	19,2%	14,4%	16,0%	552	430	60	2,3 p.p.	2,5 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	46,5%	42,3%	49,2%	552	430	60	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,4%	20,6%	16,4%	552	430	60	2,1 p.p.	2,6 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	10,0%	10,1%	11,5%	552	430	60	1,7 p.p.	1,9 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	3,8%	8,8%	6,3%	552	430	60	1,3 p.p.	1,8 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	2,5%	2,4%	0,6%	552	430	60	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,5%	1,5%		552	430		0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.		
Média min.	28,3	33,3	19,7	552	430	60	4,1	5,7	9,4	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dias úteis das 19 às 7 horas:												
Não acede	20,2%	19,7%	21,0%	552	430	60	2,3 p.p.	2,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	45,7%	38,6%	46,7%	552	430	60	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,0%	18,1%	8,7%	552	430	60	2,1 p.p.	2,6 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,6%	13,1%	14,3%	552	430	60	1,7 p.p.	2,3 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,7%	9,5%	5,6%	552	430	60	1,2 p.p.	1,8 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,6%	0,3%	3,7%	552	430	60	0,6 p.p.	0,7 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,2%	0,8%		552	430		0,6 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Média min.	25,4	26,1	25,0	552	430	60	4,1	4,5	14,6	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	26,5%	24,5%	24,0%	552	430	60	2,6 p.p.	2,8 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	41,8%	37,9%	46,5%	552	430	60	2,9 p.p.	3,0 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,4%	17,0%	13,2%	552	430	60	2,2 p.p.	2,5 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	8,6%	10,1%	3,4%	552	430	60	1,5 p.p.	2,1 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,5%	7,8%	13,0%	552	430	60	1,2 p.p.	1,6 p.p.	5,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	2,0%	1,7%		552	430		0,8 p.p.	1,0 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.		
Entre 5 a 12 horas	1,1%	1,1%		552	430		0,6 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
Média min.	24,5	27,4	19,9	552	430	60	3,7	5,3	13,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	25,6%	28,8%	32,8%	552	430	60	2,6 p.p.	2,8 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	41,2%	32,0%	35,0%	552	430	60	2,9 p.p.	3,0 p.p.	8,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,5%	14,0%	10,8%	552	430	60	2,1 p.p.	2,4 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,3%	12,4%	6,2%	552	430	60	1,7 p.p.	2,2 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,6%	7,7%	9,5%	552	430	60	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,9%	4,2%	5,8%	552	430	60	0,8 p.p.	1,2 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,8%	0,8%		552	430		0,6 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
Média min.	28,4	31,0	28,7	552	430	60	4,5	5,1	14,7	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico												
Dias úteis das 7 às 19 horas:												
Não acede	6,0%	8,2%	23,0%	746	571	50	1,3 p.p.	1,4 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,0%	27,0%	21,6%	746	571	50	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	26,1%	19,5%	22,6%	746	571	50	2,2 p.p.	2,2 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,9%	18,9%	16,5%	746	571	50	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,7%	16,7%	13,1%	746	571	50	2,0 p.p.	2,0 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,7%	7,9%	3,1%	746	571	50	1,6 p.p.	1,6 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,7%	1,7%		746	571		1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	Sig.		
Média min.	67,8	55,3	32,6	746	571	50	7,0	6,7	13,0	Não Sig.	Sig.	Sig.
Dias úteis das 19 às 7 horas:												
Não acede	4,8%	6,7%	16,1%	746	571	50	1,0 p.p.	1,3 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,1%	25,7%	26,7%	746	571	50	2,2 p.p.	2,3 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	25,2%	23,5%	17,7%	746	571	50	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,4%	20,3%	24,5%	746	571	50	2,0 p.p.	2,2 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,8%	17,2%	5,3%	746	571	50	2,1 p.p.	2,2 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,9%	6,1%	9,7%	746	571	50	1,6 p.p.	1,5 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,8%	0,4%		746	571		0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,4 p.p.	Sig.		
Média min.	63,4	47,0	42,3	746	571	50	6,8	5,3	15,4	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:												
Não acede	8,8%	8,0%	12,6%	746	571	50	1,4 p.p.	1,6 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,5%	25,4%	22,7%	746	571	50	2,2 p.p.	2,3 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	23,7%	26,3%	29,5%	746	571	50	2,2 p.p.	2,3 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,1%	17,8%	14,1%	746	571	50	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,5%	15,4%	13,2%	746	571	50	2,0 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,3%	4,8%	7,3%	746	571	50	1,6 p.p.	1,3 p.p.	3,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,0%	2,3%	0,6%	746	571	50	1,0 p.p.	0,8 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	68,6	51,5	45,1	746	571	50	7,2	6,5	17,5	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:												
Não acede	6,8%	8,7%	28,3%	746	571	50	1,3 p.p.	1,5 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,1%	25,4%	19,1%	746	571	50	2,2 p.p.	2,2 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	23,9%	18,7%	25,8%	746	571	50	2,2 p.p.	2,1 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,7%	18,4%	12,3%	746	571	50	1,9 p.p.	2,1 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,0%	20,1%	4,7%	746	571	50	2,1 p.p.	2,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,5%	7,8%	9,7%	746	571	50	1,6 p.p.	1,6 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	5,0%	1,1%		746	571		1,1 p.p.	0,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.		
Média min.	71,7	54,4	37,6	746	571	50	8,4	6,3	16,9	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Serviços VoIP pagos e gratuitos

SKYPE - pago	2,1%	7,2%	5,1%	377	292	71	1,0 p.p.	1,6 p.p.	4,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	96,3%	89,8%	91,8%	377	292	71	1,4 p.p.	2,0 p.p.	5,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	1,5%	3,0%	3,0%	377	292	71	0,9 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - pago	30,4%	28,8%	86,2%	19	18	2	20,7 p.p.	20,9 p.p.	47,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - gratuito	58,8%	55,9%	13,8%	19	18	2	22,1 p.p.	22,9 p.p.	47,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - NS/NR	10,7%	15,3%		19	18		13,9 p.p.	16,6 p.p.		Não Sig.		
FACETIME - pago	8,9%	6,6%		98	53		3,7 p.p.	4,2 p.p.		Não Sig.		
FACETIME - gratuito	76,7%	86,5%	100,0%	98	53	4	5,6 p.p.	7,1 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
FACETIME - NS/NR	14,4%	6,9%		98	53		4,5 p.p.	6,0 p.p.		Não Sig.		
VIBER - pago	0,8%	5,1%		148	138		1,8 p.p.	2,1 p.p.		Sig.		
VIBER - gratuito	95,4%	86,8%	96,3%	148	138	17	3,0 p.p.	4,0 p.p.	4,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
VIBER - NS/NR	3,8%	8,1%	3,7%	148	138	17	2,4 p.p.	3,5 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - pago	7,5%	2,4%		284	195		3,1 p.p.	1,9 p.p.		Sig.		
WHATSAPP - gratuito	91,1%	90,7%	80,6%	284	195	28	3,6 p.p.	3,6 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	1,3%	6,9%	19,4%	284	195	28	2,1 p.p.	3,1 p.p.	12,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,3%	0,9%	1,0%	407	297	42	1,0 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	95,3%	95,3%	94,1%	407	297	42	1,4 p.p.	2,3 p.p.	4,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	2,4%	3,7%	4,8%	407	297	42	0,9 p.p.	1,9 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	8,3%	2,5%		93	78		3,9 p.p.	2,1 p.p.		Não Sig.		
HANGOUTS - gratuito	85,5%	82,4%	87,9%	93	78	8	5,5 p.p.	5,9 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	6,2%	15,2%	12,1%	93	78	8	4,3 p.p.	5,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT- pago	57,8%	25,2%		14	9		15,5 p.p.	14,3 p.p.		Sig.		
WECHAT - gratuito	37,1%	64,8%	100,0%	14	9	2	17,3 p.p.	18,4 p.p.	23,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	5,0%	10,0%		14	9		15,0 p.p.	14,8 p.p.	23,4 p.p.	Não Sig.		
QQ - pago	52,4%	43,1%		9	6		16,1 p.p.	24,9 p.p.		Não Sig.		
QQ - gratuito	30,8%	48,3%		9	6		19,2 p.p.	28,4 p.p.	38,4 p.p.	Não Sig.		
QQ - NS/NR	16,8%	8,6%		9	6		15,2 p.p.	18,3 p.p.	38,4 p.p.	Não Sig.		
LINE - pago	36,2%	13,5%		10	11		14,7 p.p.	11,4 p.p.		Não Sig.		
LINE - gratuito	57,4%	70,2%	100,0%	10	11	1	17,4 p.p.	21,5 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
LINE - NS/NR	6,4%	16,2%		10	11		14,1 p.p.	20,6 p.p.		Não Sig.		
TANGO - pago	23,6%	36,7%		14	8		22,2 p.p.	33,4 p.p.		Não Sig.		
TANGO - gratuito	43,6%	56,0%	100,0%	14	8	1	26,0 p.p.	34,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TANGO - NS/NR	32,8%	7,3%		14	8		24,6 p.p.	18,0 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - pago	11,6%	47,3%		7	12		18,7 p.p.	20,4 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - gratuito	88,4%	32,6%	100,0%	7	12	1	18,7 p.p.	21,2 p.p.	0,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
OUTRO - NS/NR	20,1%				12			12,4 p.p.				

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	5,4%	5,8%	13,1%	547	429	90	1,3 p.p.	1,6 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Não	78,1%	69,8%	61,5%	547	429	90	2,5 p.p.	3,1 p.p.	7,6 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	16,6%	24,5%	25,3%	547	429	90	2,3 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

média	7,8	14,4	7,6	34	23	12	3,2	8,6	2,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	-----	------	-----	----	----	----	-----	-----	-----	----------	----------	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos												
WHATSAPP - pago	4,2%	2,4%	6,1%	413	254	33	1,9 p.p.	2,0 p.p.	7,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - gratuito	92,5%	93,1%	86,4%	413	254	33	2,4 p.p.	3,0 p.p.	11,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	3,3%	4,5%	7,5%	413	254	33	1,6 p.p.	2,3 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	1,6%	1,9%	2,7%	685	464	62	0,7 p.p.	1,1 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	95,9%	93,2%	91,4%	685	464	62	1,1 p.p.	1,7 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	2,4%	4,8%	5,9%	685	464	62	0,8 p.p.	1,3 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - pago	1,8%	3,0%	10,9%	277	221	54	1,0 p.p.	1,6 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - gratuito	96,8%	93,9%	85,2%	277	221	54	1,3 p.p.	2,3 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - NS/NR	1,4%	3,1%	4,0%	277	221	54	0,8 p.p.	1,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - pago	3,6%	2,5%		131	104		2,1 p.p.	2,3 p.p.		Não Sig.		
VIBER - gratuito	90,9%	96,2%	94,5%	131	104	14	4,0 p.p.	3,4 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	5,4%	1,4%	5,5%	131	104	14	3,5 p.p.	2,6 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	1,8%	2,9%		110	95		2,2 p.p.	2,1 p.p.		Não Sig.		
HANGOUTS - gratuito	96,8%	90,0%	100,0%	110	95	9	2,4 p.p.	4,0 p.p.	13,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	1,4%	7,1%		110	95		1,0 p.p.	3,4 p.p.	13,7 p.p.	Sig.		
WECHAT - pago	8,3%	39,8%		5	4		12,8 p.p.	20,6 p.p.		Não Sig.		
WECHAT - gratuito	91,7%	60,2%	100,0%	5	4	1	25,4 p.p.	28,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
WECHAT - NS/NR							23,0 p.p.	22,7 p.p.				
LINE - pago	10,1%	61,9%		4	4							
LINE - gratuito	89,9%	38,1%	100,0%	4	4	1						
LINE - NS/NR												
QQ - pago	100,0%	100,0%		1	1							
QQ - gratuito												
QQ - NS/NR												
TANGO - pago	5,4%	82,7%		6	2							
TANGO - gratuito	94,6%	17,3%		6	2							
TANGO - NS/NR												
OUTRO - pago		51,5%			6			20,3 p.p.				
OUTRO - gratuito	100,0%	36,9%		15	6		6,8 p.p.	21,8 p.p.	0,0 p.p.	Sig.		
OUTRO - NS/NR		11,6%			6		6,8 p.p.	10,4 p.p.				
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
Sim	4,1%	5,9%	11,4%	732	538	93	1,0 p.p.	1,2 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Não	79,3%	71,4%	46,3%	732	538	93	2,2 p.p.	2,7 p.p.	7,3 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	16,6%	22,7%	42,3%	732	538	93	2,0 p.p.	2,5 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
média	4,6	12,5	5,8	35	31	9	1,0	9,4	1,8	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de audiovisual pagos e gratuitos												
YOUTUBE - pago	2,3%	2,1%		754	523		0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.		
YOUTUBE - gratuito	97,2%	94,1%	97,0%	754	523	73	0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	0,5%	3,8%	3,0%	754	523	73	0,6 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - pago	15,0%	8,6%		243	80		2,9 p.p.	3,3 p.p.	11,5 p.p.	Sig.		
SPOTIFY - gratuito	83,0%	89,8%	100,0%	243	80	4	3,0 p.p.	3,5 p.p.	11,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR	2,0%	1,7%		243	80		0,9 p.p.	1,3 p.p.		Não Sig.		
VINE - pago	0,9%	21,1%		41	6		1,2 p.p.	12,8 p.p.		Sig.		
VINE - gratuito	97,6%	50,7%		41	6		3,8 p.p.	18,4 p.p.	0,0 p.p.	Sig.		
VINE - NS/NR	1,5%	28,2%		41	6		3,6 p.p.	14,6 p.p.		Sig.		
VIMEO - pago	4,0%	2,5%		79	83		1,7 p.p.	1,6 p.p.		Não Sig.		
VIMEO - gratuito	93,9%	86,8%	100,0%	79	83	10	2,7 p.p.	3,8 p.p.	7,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
VIMEO - NS/NR	2,1%	10,7%		79	83		2,1 p.p.	3,5 p.p.	7,2 p.p.	Sig.		
APPLE MUSIC - pago	36,1%	15,0%		32	23		8,5 p.p.	9,2 p.p.	22,0 p.p.	Sig.		
APPLE MUSIC - gratuito	49,8%	70,5%	37,3%	32	23	5	9,6 p.p.	14,1 p.p.	26,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	14,1%	14,5%	62,7%	32	23	5	5,4 p.p.	12,7 p.p.	28,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO MUSICA - pago	12,1%	12,9%	22,7%	91	67	10	6,0 p.p.	6,8 p.p.	20,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - gratuito	85,9%	72,2%	61,2%	91	67	10	6,9 p.p.	8,2 p.p.	21,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	2,0%	15,0%	16,1%	91	67	10	4,3 p.p.	6,0 p.p.	12,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - pago	3,0%	2,8%		72	77		1,7 p.p.	2,4 p.p.		Não Sig.		
RTP PLAY - gratuito	91,5%	90,3%	95,2%	72	77	17	3,5 p.p.	4,3 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	5,5%	6,9%	4,8%	72	77	17	3,1 p.p.	3,7 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - pago	18,5%	9,5%	14,2%	91	59	12	5,7 p.p.	5,2 p.p.	20,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - gratuito	74,3%	86,9%	72,8%	91	59	12	7,1 p.p.	6,6 p.p.	21,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	7,2%	3,6%	13,0%	91	59	12	5,2 p.p.	4,6 p.p.	11,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - pago	2,7%	2,6%		70	55		1,9 p.p.	2,5 p.p.		Não Sig.		
TVI PLAYER - gratuito	96,9%	84,7%	92,6%	70	55	12	3,5 p.p.	5,9 p.p.	8,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	0,4%	12,7%	7,4%	70	55	12	3,0 p.p.	5,5 p.p.	8,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - pago	1,7%	7,2%		62	27		3,5 p.p.	4,2 p.p.		Não Sig.		
SOUNDCLOUD - gratuito	89,0%	79,5%		62	27		5,6 p.p.	7,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.		
SOUNDCLOUD - NS/NR	9,3%	13,3%		62	27		4,7 p.p.	5,8 p.p.		Não Sig.		
METACAFE - pago		29,3%			7			14,2 p.p.				
METACAFE - gratuito	72,3%	70,7%		7	7		14,7 p.p.	14,2 p.p.		Não Sig.		
METACAFE - NS/NR	27,7%			7			14,7 p.p.					
TIDAL - pago		100,0%			1							
TIDAL - gratuito												
TIDAL - NS/NR												
RHAPSODY - pago		83,2%			2							
RHAPSODY - gratuito			100,0%			1						
RHAPSODY - NS/NR	100,0%	16,8%		1	2							
OUTRO - pago		23,7%			18		7,2 p.p.	14,2 p.p.	67,6 p.p.			
OUTRO - gratuito	100,0%	76,3%	100,0%	18	18	1	7,2 p.p.	14,2 p.p.	67,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR												
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado												
Sim	9,3%	6,7%	7,5%	743	517	76	1,5 p.p.	1,4 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	65,9%	71,1%	51,9%	743	517	76	2,5 p.p.	2,6 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	24,8%	22,1%	40,6%	743	517	76	2,2 p.p.	2,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado												
média	5,7	14,7	3,7	68	29	3	1,2	7,9	2,7	Não Sig.	Não Sig.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Redes sociais pagas e gratuitas												
FACEBOOK - pago	2,3%	2,0%	3,0%	726	516	54	0,7 p.p.	0,7 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK - gratuito	95,8%	96,7%	96,2%	726	516	54	1,0 p.p.	0,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK - NS/NR	1,9%	1,3%	0,8%	726	516	54	0,7 p.p.	0,6 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - pago	2,6%			368			1,2 p.p.					
INSTAGRAM - gratuito	95,1%	98,3%	73,6%	368	124	11	1,6 p.p.	2,0 p.p.	14,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	2,3%	1,7%	26,4%	368	124	11	1,0 p.p.	2,0 p.p.	14,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
LINKEDIN - pago	1,9%	1,8%		166	135		1,5 p.p.	1,1 p.p.		Não Sig.		
LINKEDIN - gratuito	95,9%	95,4%	100,0%	166	135	8	1,8 p.p.	2,2 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR	2,2%	2,8%		166	135		0,9 p.p.	2,0 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.		
GOOGLE PLUS - pago	1,9%	0,5%		89	100		2,1 p.p.	1,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.		
GOOGLE PLUS - gratuito	92,0%	94,2%	77,4%	89	100	15	3,9 p.p.	3,2 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	6,1%	5,3%	22,6%	89	100	15	3,4 p.p.	2,8 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TWITTER - pago	1,3%	2,2%		100	77		1,6 p.p.	1,4 p.p.		Não Sig.		
TWITTER - gratuito	95,2%	96,0%	100,0%	100	77	6	2,8 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	3,5%	1,8%		100	77		2,3 p.p.	2,7 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.		
PINTEREST - pago	2,5%	4,1%		114	57		1,8 p.p.	2,2 p.p.		Não Sig.		
PINTEREST - gratuito	95,6%	92,8%	88,9%	114	57	6	2,6 p.p.	3,6 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	1,9%	3,1%	11,1%	114	57	6	1,8 p.p.	2,9 p.p.	12,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MYSAPCE - pago	2,1%			18			4,2 p.p.					
MYSAPCE - gratuito	96,3%	100,0%	100,0%	18	7	1	5,5 p.p.	8,6 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MYSAPCE - NS/NR	1,6%			18			3,7 p.p.	8,6 p.p.				
FLIRCK - pago	4,9%			12			4,6 p.p.	5,5 p.p.				
FLIRCK - gratuito	91,2%	100,0%	100,0%	12	11	1	6,1 p.p.	6,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
FLIRCK - NS/NR	3,9%			12			4,1 p.p.	3,3 p.p.				
TUMBLR - pago	7,2%			65			2,7 p.p.					
TUMBLR - gratuito	91,1%	96,7%	100,0%	65	12	1	3,5 p.p.	3,1 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TUMBLR - NS/NR	1,7%	3,3%		65	12		2,3 p.p.	3,1 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - pago		68,7%			3			38,5 p.p.				
OUTRO - gratuito	100,0%	31,3%		7	3		0,0 p.p.	38,5 p.p.	0,0 p.p.	Sig.		
OUTRO - NS/NR												
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada												
Sim	4,9%	6,2%	8,5%	725	513	53	1,1 p.p.	1,3 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	74,1%	71,7%	63,4%	725	513	53	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	21,0%	22,1%	28,1%	725	513	53	2,1 p.p.	2,4 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada												
média	3,3	11,8	5,0	40	26	3	2,4	7,0	1,2	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos												
DROPBOX - pago	1,2%	2,6%	0,8%	369	261	36	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
DROPBOX - gratuito	95,9%	94,4%	93,5%	369	261	36	1,2 p.p.	1,7 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	2,9%	3,0%	5,7%	369	261	36	0,9 p.p.	1,4 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - pago	1,2%	2,2%		296	245		0,9 p.p.	1,1 p.p.		Não Sig.		
GOOGLE DRIVE - gratuito	93,9%	94,9%	86,6%	296	245	32	1,8 p.p.	2,0 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	5,0%	2,9%	13,4%	296	245	32	1,5 p.p.	1,7 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
ONEDRIVE - pago	0,5%	2,4%		154	98		1,9 p.p.	1,6 p.p.		Não Sig.		
ONEDRIVE - gratuito	94,1%	91,8%	100,0%	154	98	12	2,7 p.p.	3,5 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	5,4%	5,8%		154	98		2,0 p.p.	3,1 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.		
ICLOUD - pago	6,8%	1,6%	2,8%	99	85	15	3,4 p.p.	2,1 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - gratuito	88,5%	88,8%	93,8%	99	85	15	4,4 p.p.	4,7 p.p.	12,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	4,7%	9,6%	3,4%	99	85	15	3,0 p.p.	4,3 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - pago	8,2%	1,8%		71	86		4,4 p.p.	2,3 p.p.		Não Sig.		
MEO CLOUD - gratuito	91,1%	94,4%	100,0%	71	86	8	4,5 p.p.	4,1 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	0,7%	3,8%		71	86		0,9 p.p.	3,6 p.p.		Não Sig.		
GOOGLE HANGOUTS - pago								4,4 p.p.				
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	98,5%	91,4%	100,0%	38	32	8	3,8 p.p.	8,5 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	1,5%	8,6%		38	32		3,8 p.p.	7,5 p.p.		Não Sig.		
OFFICE 365 - pago	8,2%	11,5%	37,0%	73	38	9	4,6 p.p.	8,0 p.p.	25,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - gratuito	88,4%	82,8%	63,0%	73	38	9	5,6 p.p.	8,8 p.p.	25,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	3,4%	5,7%		73	38		3,6 p.p.	4,9 p.p.		Não Sig.		
TEAM VIEWER - pago	0,3%	1,6%		63	44		1,7 p.p.	3,1 p.p.		Não Sig.		
TEAM VIEWER - gratuito	90,7%	96,4%	100,0%	63	44	4	4,2 p.p.	4,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	9,1%	2,1%		63	44		3,9 p.p.	2,5 p.p.		Não Sig.		
SALESFORCE - pago	100,0%			2								
SALESFORCE - gratuito		100,0%			3							
SALESFORCE - NS/NR												
OUTRO - pago							15,2 p.p.					
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	9	8	2	16,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR							6,5 p.p.					
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
Sim	8,3%	9,2%	4,6%	526	407	54	1,6 p.p.	1,9 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	70,5%	64,3%	58,9%	526	407	54	2,7 p.p.	3,1 p.p.	9,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	21,2%	26,4%	36,5%	526	407	54	2,4 p.p.	2,9 p.p.	8,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
média	6,6	14,3	5,0	45	26	2	1,1	6,9	6,4	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito												
SKYPE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	16,8%	27,4%	39,6%	259	164	38	4,1 p.p.	6,0 p.p.	14,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	62,9%	51,2%	27,0%	259	164	38	5,3 p.p.	6,6 p.p.	11,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - NS/NR	20,3%	21,4%	33,4%	259	164	38	4,4 p.p.	5,6 p.p.	13,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	17,3%	25,8%	100,0%	14	14	1	19,8 p.p.	22,9 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratuito	70,8%	63,2%		14	14		23,8 p.p.	25,3 p.p.		Não Sig.		
SKYPEOUT - NS/NR	11,9%	11,0%		14	14		16,9 p.p.	16,4 p.p.		Não Sig.		
FACETIME - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	14,4%	21,7%	17,1%	81	32	2	6,9 p.p.	13,3 p.p.	43,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACETIME - tráfego de dados não gratuito	54,9%	54,2%	82,9%	81	32	2	9,8 p.p.	15,4 p.p.	43,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACETIME - NS/NR	30,7%	24,1%		81	32		8,9 p.p.	12,5 p.p.		Não Sig.		
VIBER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	19,9%	21,4%	40,3%	111	85	10	6,8 p.p.	8,0 p.p.	27,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	65,1%	54,6%	48,9%	111	85	10	8,1 p.p.	10,0 p.p.	22,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	14,9%	24,1%	10,8%	111	85	10	5,9 p.p.	8,8 p.p.	25,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	24,0%	26,1%	33,7%	210	123	15	5,7 p.p.	7,7 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	64,3%	54,6%	21,4%	210	123	15	6,4 p.p.	8,8 p.p.	19,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
WHATSAPP - NS/NR	11,7%	19,3%	45,0%	210	123	15	4,3 p.p.	6,9 p.p.	24,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados tráfego de dados n	24,3%	22,3%	23,2%	286	178	22	4,6 p.p.	5,8 p.p.	18,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	57,4%	54,9%	28,5%	286	178	22	5,2 p.p.	6,5 p.p.	17,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	18,2%	22,8%	48,2%	286	178	22	3,9 p.p.	5,4 p.p.	18,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	16,7%	22,3%	69,1%	71	50	4	7,9 p.p.	11,3 p.p.	19,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	53,4%	42,5%		71	50		10,3 p.p.	12,1 p.p.		Não Sig.		
HANGOUTS - NS/NR	29,9%	35,2%	30,9%	71	50	4	8,9 p.p.	11,6 p.p.	19,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT- tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	38,8%	44,3%	14,2%	11	8	2	20,7 p.p.	25,6 p.p.	48,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	44,2%	55,7%	85,8%	11	8	2	22,0 p.p.	23,9 p.p.	41,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	17,0%			11			13,1 p.p.	15,6 p.p.	46,8 p.p.			
QQ - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	10,7%	52,0%		7	6		17,9 p.p.	34,6 p.p.	69,2 p.p.	Não Sig.		
QQ - tráfego de dados não gratuito	69,9%	48,0%		7	6		21,6 p.p.	33,8 p.p.		Não Sig.		
QQ - NS/NR	19,4%			7			14,4 p.p.	20,5 p.p.	69,2 p.p.			
LINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	10,0%	26,8%	100,0%	7	11	1	15,7 p.p.	23,3 p.p.	56,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
LINE - tráfego de dados não gratuito	83,8%	46,1%		7	11		19,1 p.p.	26,1 p.p.		Não Sig.		
LINE - NS/NR	6,2%	27,1%		7	11		12,5 p.p.	23,4 p.p.	56,4 p.p.	Não Sig.		
TANGO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	43,8%	44,3%	100,0%	11	8	1	29,3 p.p.	34,4 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TANGO - tráfego de dados não gratuito	32,6%	40,8%		11	8		27,7 p.p.	34,1 p.p.		Não Sig.		
TANGO - NS/NR	23,6%	14,9%		11	8		25,1 p.p.	24,7 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito			100,0%			1						
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	79,8%	92,6%		5	7							
OUTRO - NS/NR	20,2%	7,4%		5	7							

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito												
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	26,0%	26,3%	51,7%	320	175	20	4,8 p.p.	6,4 p.p.	21,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	62,7%	60,2%	27,3%	320	175	20	5,3 p.p.	7,1 p.p.	19,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
WHATSAPP - NS/NR	11,4%	13,5%	21,0%	320	175	20	3,5 p.p.	5,1 p.p.	17,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados gratuito	23,5%	30,7%	54,0%	463	278	30	3,6 p.p.	4,8 p.p.	15,1 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	63,4%	52,0%	8,4%	463	278	30	4,0 p.p.	5,1 p.p.	9,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	13,1%	17,3%	37,6%	463	278	30	2,9 p.p.	4,1 p.p.	14,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	22,1%	32,6%	62,6%	185	131	27	5,3 p.p.	6,8 p.p.	15,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	63,2%	51,9%	25,9%	185	131	27	6,1 p.p.	7,1 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SKYPE - NS/NR	14,7%	15,4%	11,4%	185	131	27	4,6 p.p.	5,6 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados gratuito	20,9%	22,0%	34,2%	95	69	6	8,0 p.p.	8,3 p.p.	32,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	64,1%	57,8%	50,7%	95	69	6	9,2 p.p.	10,4 p.p.	29,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	14,9%	20,2%	15,1%	95	69	6	7,0 p.p.	8,5 p.p.	23,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	30,3%	25,3%	12,3%	83	65	4	8,6 p.p.	9,8 p.p.	40,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	54,2%	59,0%	75,5%	83	65	4	9,7 p.p.	11,0 p.p.	39,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	15,4%	15,7%	12,3%	83	65	4	7,5 p.p.	7,8 p.p.	18,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados gratuito	8,3%	48,1%		5	4							
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	91,7%	9,0%		5	4							
WECHAT - NS/NR		42,9%	100,0%		4	1						
LINE - tráfego de dados gratuito	10,1%	71,9%		4	3							
LINE - tráfego de dados não gratuito	76,1%	28,1%		4	3							
LINE - NS/NR	13,8%		100,0%	4		1						
QQ - tráfego de dados gratuito	100,0%	100,0%		1	1							
QQ - tráfego de dados não gratuito												
QQ - NS/NR												
TANGO - tráfego de dados gratuito	51,6%	82,7%		6	2							
TANGO - tráfego de dados não gratuito	48,4%	17,3%		6	2							
TANGO - NS/NR												
OUTRO - tráfego de dados gratuito	3,1%	10,8%		13	6		17,1 p.p.	25,8 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	74,6%	89,2%		13	6		23,8 p.p.	25,8 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.		
OUTRO - NS/NR	22,2%			13			20,2 p.p.					



Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito												
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	5,4%	23,0%	42,7%	487	311	37	2,3 p.p.	4,2 p.p.	12,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuito	86,0%	59,7%	31,5%	487	311	37	3,1 p.p.	4,7 p.p.	11,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
YOUTUBE - NS/NR	8,6%	17,3%	25,8%	487	311	37	2,3 p.p.	3,7 p.p.	10,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	11,8%	24,1%	100,0%	177	52	1	4,7 p.p.	10,8 p.p.	39,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	84,6%	65,8%		177	52		5,3 p.p.	11,2 p.p.		Sig.		
SPOTIFY - NS/NR	3,6%	10,2%		177	52		2,8 p.p.	6,5 p.p.	39,6 p.p.	Não Sig.		
VINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	5,1%	44,2%		31	6		7,0 p.p.	36,9 p.p.		Não Sig.		
VINE - tráfego de dados não gratuito	85,7%	55,8%		31	6		11,2 p.p.	36,9 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.		
VINE - NS/NR	9,1%			31			9,4 p.p.					
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	3,2%	14,0%	31,3%	54	46	5	3,2 p.p.	9,4 p.p.	31,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	83,1%	67,8%	68,7%	54	46	5	9,1 p.p.	11,3 p.p.	32,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	13,7%	18,2%		54	46		8,7 p.p.	8,8 p.p.	17,7 p.p.	Não Sig.		
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	4,7%	59,6%	29,0%	20	12	5	6,7 p.p.	22,8 p.p.	33,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gratuito	45,9%	37,8%	8,3%	20	12	5	18,3 p.p.	22,3 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	49,4%	2,6%	62,7%	20	12	5	18,0 p.p.	9,9 p.p.	32,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	54,8%	60,8%	68,7%	74	45	8	10,2 p.p.	12,5 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gratuito	34,4%	23,9%	31,3%	74	45	8	9,7 p.p.	10,4 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	10,8%	15,3%		74	45		6,3 p.p.	9,5 p.p.		Não Sig.		
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	6,0%	28,8%	5,4%	49	42	9	6,5 p.p.	12,2 p.p.	24,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuito	91,7%	56,6%	46,6%	49	42	9	8,8 p.p.	13,0 p.p.	22,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	2,3%	14,6%	48,0%	49	42	9	6,6 p.p.	9,1 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	34,3%	52,8%	94,2%	69	42	7	9,6 p.p.	13,6 p.p.	19,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito	51,9%	33,1%	5,8%	69	42	7	10,4 p.p.	12,7 p.p.	19,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	13,8%	14,1%		69	42		7,1 p.p.	8,8 p.p.		Não Sig.		
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	7,3%	36,0%	15,7%	44	33	11	7,3 p.p.	13,8 p.p.	23,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratuito	83,7%	45,1%	33,7%	44	33	11	10,7 p.p.	14,0 p.p.	19,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	9,0%	18,9%	50,6%	44	33	11	8,9 p.p.	12,1 p.p.	22,5 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	9,1%	23,0%		45	22		7,4 p.p.	17,2 p.p.	69,1 p.p.	Não Sig.		
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gratuito	75,9%	42,4%		45	22		10,9 p.p.	17,9 p.p.	69,1 p.p.	Sig.		
SOUNDCLOUD - NS/NR	15,0%	34,6%		45	22		9,1 p.p.	15,8 p.p.		Não Sig.		
METACAFE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	88,8%	54,7%		2	5							
METACAFE - tráfego de dados não gratuito	11,2%	29,3%		2	5							
METACAFE - NS/NR		16,0%			5							
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		100,0%			1							
TIDAL - tráfego de dados não gratuito												
TIDAL - NS/NR												
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		83,2%			2							
RHAPSODY - tráfego de dados não gratuito	100,0%		100,0%	1		1						
RHAPSODY - NS/NR		16,8%			2							
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	2,9%	3,8%		15	13		8,5 p.p.	19,2 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	97,1%	87,8%	100,0%	15	13	1	8,5 p.p.	21,9 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR		8,4%			13			15,0 p.p.				

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Redes sociais de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito												
FACEBOOK - tráfego de dados gratuito	16,8%	28,2%	54,8%	483	289	24	3,3 p.p.	4,6 p.p.	14,2 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK - tráfego de dados não gratuito	72,8%	59,6%	33,4%	483	289	24	3,7 p.p.	4,9 p.p.	12,6 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK - NS/NR	10,3%	12,2%	11,8%	483	289	24	2,4 p.p.	3,4 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - tráfego de dados gratuito	19,2%	40,8%	37,7%	283	82	8	4,7 p.p.	9,5 p.p.	29,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - tráfego de dados não gratuito	75,4%	55,2%	33,3%	283	82	8	5,0 p.p.	9,7 p.p.	27,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	5,3%	4,0%	28,9%	283	82	8	2,4 p.p.	3,7 p.p.	25,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LINKEDIN - tráfego de dados gratuito	13,5%	23,3%	64,0%	115	84	3	6,6 p.p.	7,5 p.p.	26,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
LINKEDIN - tráfego de dados não gratuito	73,3%	63,4%		115	84		7,6 p.p.	8,8 p.p.	13,1 p.p.	Não Sig.		
LINKEDIN - NS/NR	13,2%	13,2%	36,0%	115	84	3	5,5 p.p.	6,6 p.p.	23,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados gratuito	15,9%	24,5%	39,7%	67	58	8	8,4 p.p.	9,9 p.p.	25,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados não gratuito	72,6%	68,5%	13,4%	67	58	8	10,2 p.p.	10,4 p.p.	15,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	11,5%	7,0%	47,0%	67	58	8	8,2 p.p.	4,9 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TWITTER - tráfego de dados gratuito	13,6%	39,5%	68,1%	78	51	3	7,9 p.p.	11,2 p.p.	27,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
TWITTER - tráfego de dados não gratuito	79,9%	54,4%	31,9%	78	51	3	9,4 p.p.	11,5 p.p.	27,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	6,5%	6,1%		78	51		6,9 p.p.	6,5 p.p.		Não Sig.		
PINTEREST - tráfego de dados gratuito	8,6%	20,4%	50,0%	86	32	2	7,0 p.p.	13,5 p.p.	37,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
PINTEREST - tráfego de dados não gratuito	85,9%	64,4%		86	32		7,9 p.p.	14,6 p.p.		Não Sig.		
PINTEREST - NS/NR	5,5%	15,3%	50,0%	86	32	2	4,3 p.p.	9,6 p.p.	37,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
MYSAPCE - tráfego de dados gratuito	44,9%	33,1%		13	5		23,1 p.p.	37,0 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.		
MYSAPCE - tráfego de dados não gratuito	55,1%	66,9%		13	5		23,7 p.p.	37,0 p.p.		Não Sig.		
MYSAPCE - NS/NR							12,6 p.p.					
FLIRCK - tráfego de dados gratuito	6,2%	24,0%	100,0%	9	7	1	13,2 p.p.	31,6 p.p.	0,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
FLIRCK - tráfego de dados não gratuito	93,8%	76,0%		9	7		23,8 p.p.	31,6 p.p.		Não Sig.		
FLIRCK - NS/NR							21,2 p.p.					
TUMBLR - tráfego de dados gratuito	14,5%	7,6%		49	6		8,7 p.p.	23,1 p.p.		Não Sig.		
TUMBLR - tráfego de dados não gratuito	80,4%	84,5%		49	6		10,8 p.p.	30,9 p.p.		Não Sig.		
TUMBLR - NS/NR	5,0%	7,9%		49	6		7,5 p.p.	24,4 p.p.		Não Sig.		
OUTRO - tráfego de dados gratuito												
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	100,0%		5	2							
OUTRO - NS/NR												
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito												
DROPBOX - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	15,2%	28,5%	23,4%	264	174	19	3,9 p.p.	5,9 p.p.	17,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
DROPBOX - tráfego de dados não gratuito	71,9%	58,7%	26,2%	264	174	19	5,0 p.p.	6,4 p.p.	16,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
DROPBOX - NS/NR	12,9%	12,8%	50,4%	264	174	19	3,8 p.p.	4,5 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratu	11,5%	29,2%	24,9%	201	153	16	4,0 p.p.	6,2 p.p.	19,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não gratuito	72,3%	61,9%	34,6%	201	153	16	5,6 p.p.	6,7 p.p.	18,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	16,2%	8,8%	40,5%	201	153	16	4,0 p.p.	4,3 p.p.	18,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	22,8%	26,6%	33,7%	105	71	8	6,8 p.p.	9,0 p.p.	30,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratuito	66,3%	57,4%	43,7%	105	71	8	8,1 p.p.	10,1 p.p.	29,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	10,9%	16,0%	22,5%	105	71	8	5,9 p.p.	7,9 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	18,9%	26,7%	21,5%	76	58	10	8,0 p.p.	10,7 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	61,7%	47,0%	34,2%	76	58	10	10,0 p.p.	11,9 p.p.	22,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	19,4%	26,3%	44,3%	76	58	10	8,0 p.p.	10,2 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	30,1%	40,8%	7,0%	53	60	5	11,3 p.p.	11,1 p.p.	34,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados não gratuito	59,4%	46,0%	40,7%	53	60	5	12,1 p.p.	11,2 p.p.	29,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	10,5%	13,1%	52,3%	53	60	5	7,7 p.p.	8,7 p.p.	31,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não	10,3%	17,3%	40,7%	24	21	2	9,9 p.p.	13,9 p.p.	68,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	89,7%	70,0%	59,3%	24	21	2	15,3 p.p.	17,4 p.p.	68,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR		12,7%			21		13,0 p.p.	13,1 p.p.				
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	21,3%	37,1%	17,6%	55	24	6	9,5 p.p.	15,3 p.p.	30,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratuito	67,6%	35,9%	54,1%	55	24	6	11,4 p.p.	14,1 p.p.	39,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	11,2%	27,0%	28,4%	55	24	6	9,5 p.p.	14,1 p.p.	36,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfego de dados não gratui	12,2%	15,9%	50,0%	44	29	2	8,6 p.p.	11,4 p.p.	46,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gratuito	63,8%	59,9%	50,0%	44	29	2	13,5 p.p.	14,4 p.p.	46,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	24,0%	24,2%		44	29		12,4 p.p.	13,6 p.p.		Não Sig.		
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito												
SALESFORCE - tráfego de dados não gratuito		89,4%			3							
SALESFORCE - NS/NR	100,0%	10,6%		1	3							
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito			83,9%			2			50,9 p.p.			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	100,0%	16,1%	8	7	2	15,5 p.p.	22,8 p.p.	50,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
OUTRO - NS/NR							15,5 p.p.	22,8 p.p.				



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
MEO	7,5	7,4	7,6	513	409	51	0,2	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	7,6	7,7	7,8	446	334	77	0,2	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vodafone	8,1	8,5	8,4	253	163	14	0,2	0,2	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cabovisão	7,4	6,9	7,6	58	47	10	0,5	0,6	0,9	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	4,0	9,0		1	1							

Satisfação com o operador de Internet móvel

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
MEO	7,4	7,5	7,5	326	280	40	0,2	0,2	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	7,7	7,5	7,6	199	186	38	0,3	0,3	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vodafone	7,6	8,2	8,9	314	142	6	0,3	0,3	0,8	Sig.	Sig.	Não Sig.
Moche	8,0	4,5		23	2		1,0	1,7	0,0	Sig.		
Yorn	7,3	8,7		63	7		0,6	1,0	0,0	Não Sig.		
Lycamobile	6,0			1								
Continent Mobile												
UZO		6,1			3							
Phone-ix												
Outro	9,1	6,4	7,0	17	5	1	0,6	2,3	0,0	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Adequação dos tarifários	48,2%	50,6%	51,1%	476	352	57	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	21,8%	37,0%	37,7%	476	352	57	2,9 p.p.	3,5 p.p.	7,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Assistência/ Apoio técnico	43,0%	43,7%	59,4%	476	352	57	3,2 p.p.	3,6 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Atendimento	27,8%	35,0%	58,1%	476	352	57	3,0 p.p.	3,5 p.p.	7,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	21,6%	21,8%	42,5%	476	352	57	2,7 p.p.	3,0 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Cobertura e velocidade	74,0%	69,7%	75,0%	476	352	57	2,9 p.p.	3,2 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade	25,8%	31,0%	40,8%	476	352	57	2,9 p.p.	3,3 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Cumprimento condições/ promoções	36,9%	35,8%	38,3%	476	352	57	3,2 p.p.	3,5 p.p.	7,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	13,6%	14,8%	27,8%	476	352	57	2,4 p.p.	2,7 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	21,9%	22,6%	36,8%	476	352	57	2,8 p.p.	3,1 p.p.	7,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Preços	54,9%	47,9%	34,5%	476	352	57	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Proximidade aos clientes	11,2%	14,8%	22,0%	476	352	57	2,3 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	42,9%	46,1%	41,0%	476	352	57	3,3 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	42,1%	43,5%	50,4%	476	352	57	3,3 p.p.	3,6 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,6%	1,1%	476	352	57	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	0,8%	0,6%	0,6%	476	352	57	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Preços/ Mensalidade/ Promoções	57,1%	55,0%	43,7%	162	121	19	5,7 p.p.	5,7 p.p.	15,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade do operador	19,9%	10,1%	11,7%	162	121	19	4,2 p.p.	3,8 p.p.	10,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	62,7%	57,1%	58,5%	162	121	19	5,7 p.p.	5,6 p.p.	14,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturaçã	43,2%	38,3%	39,6%	162	121	19	5,6 p.p.	5,4 p.p.	14,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	53,4%	52,9%	33,6%	162	121	19	5,8 p.p.	5,7 p.p.	15,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	33,5%	41,6%	56,8%	162	121	19	5,4 p.p.	5,7 p.p.	15,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falta	26,7%	16,9%	6,7%	162	121	19	4,9 p.p.	4,6 p.p.	10,2 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	20,3%	21,1%	33,7%	162	121	19	4,7 p.p.	4,8 p.p.	14,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preço de chamadas de apoio ao cliente	23,6%	27,7%	49,1%	162	121	19	4,9 p.p.	5,3 p.p.	14,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Relação qualidade/preço	33,7%	36,6%	14,9%	162	121	19	5,2 p.p.	5,3 p.p.	12,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Outros	0,6%	0,4%		162	121		0,8 p.p.	0,5 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	0,9%	1,6%		162	121		0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel												
Adequação dos tarifários	72,5%	55,7%	67,8%	309	213	29	4,7 p.p.	5,7 p.p.	13,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	34,9%	43,3%	47,0%	309	213	29	5,0 p.p.	5,7 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Assistência/ Apoio técnico	29,8%	41,5%	36,4%	309	213	29	4,9 p.p.	5,7 p.p.	14,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Atendimento	31,2%	38,7%	49,1%	309	213	29	4,9 p.p.	5,6 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	28,2%	28,2%	34,9%	309	213	29	4,8 p.p.	5,3 p.p.	13,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	73,5%	81,3%	68,3%	309	213	29	4,7 p.p.	5,0 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Credibilidade	30,5%	40,4%	41,4%	309	213	29	4,8 p.p.	5,7 p.p.	14,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cumprimento condições/ promoções	38,5%	37,9%	44,9%	309	213	29	5,1 p.p.	5,6 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	19,8%	21,5%	26,4%	309	213	29	4,3 p.p.	4,9 p.p.	12,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	26,4%	28,2%	35,9%	309	213	29	4,7 p.p.	5,3 p.p.	13,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preços	66,5%	47,2%	41,1%	309	213	29	4,9 p.p.	5,8 p.p.	14,4 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Proximidade aos clientes	10,1%	21,2%	24,9%	309	213	29	3,5 p.p.	4,9 p.p.	13,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	34,5%	50,6%	38,1%	309	213	29	5,0 p.p.	5,8 p.p.	14,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	43,6%	39,6%	54,3%	309	213	29	5,2 p.p.	5,7 p.p.	14,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,2%	0,7%		309	213		0,4 p.p.	0,8 p.p.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	0,2%	0,2%		309	213		0,5 p.p.	1,2 p.p.		Não Sig.		
Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel												
Preços/ Mensalidade/ Promoções	74,8%	61,2%	24,7%	129	67	9	6,7 p.p.	9,9 p.p.	29,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Credibilidade do operador	13,3%	11,7%	21,2%	129	67	9	5,0 p.p.	7,1 p.p.	24,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	41,0%	37,3%	58,0%	129	67	9	7,6 p.p.	9,9 p.p.	27,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturaçã	19,9%	18,3%	33,2%	129	67	9	5,7 p.p.	7,8 p.p.	25,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	40,0%	48,4%	37,4%	129	67	9	7,6 p.p.	10,2 p.p.	29,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	27,5%	32,0%	45,9%	129	67	9	7,0 p.p.	9,7 p.p.	29,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Faltz	20,1%	22,3%	34,1%	129	67	9	5,9 p.p.	8,7 p.p.	27,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	25,6%	16,0%	8,1%	129	67	9	6,6 p.p.	7,0 p.p.	14,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preço de chamdas de apoio ao cliente	23,9%	28,6%	70,7%	129	67	9	6,2 p.p.	9,2 p.p.	28,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Relação qualidade/preço	39,8%	16,4%	8,1%	129	67	9	7,4 p.p.	8,1 p.p.	19,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros	2,4%			129			2,7 p.p.					
NS/NR	1,5%	2,6%		129	67		1,6 p.p.	3,3 p.p.		Não Sig.		
Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado												
Voz:												
1 - 5	7,9%	9,7%	8,6%	497	396	79	1,8 p.p.	1,9 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	61,6%	64,3%	70,6%	497	396	79	3,2 p.p.	3,5 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	30,5%	26,0%	20,9%	497	396	79	3,0 p.p.	3,3 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,8	7,6	7,5	506	406	83	0,1	0,1	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vídeo:												
1 - 5	8,5%	10,0%	5,2%	344	285	64	1,9 p.p.	2,1 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	65,6%	69,3%	72,4%	344	285	64	3,5 p.p.	3,7 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	25,9%	20,7%	22,4%	344	285	64	3,3 p.p.	3,5 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,5	7,4	7,9	348	292	64	0,1	0,2	0,3	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
1 - 5	2,4%	2,5%	2,9%	761	573	101	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	44,1%	54,0%	52,6%	761	573	101	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	53,3%	43,1%	42,7%	761	573	101	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,4	8,2	8,3	761	573	101	0,1	0,1	0,2	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado												
1 - 5	2,1%	3,8%	8,6%	776	544	80	0,8 p.p.	1,1 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
6 - 8	45,1%	54,0%	66,2%	776	544	80	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
9 - 10	52,8%	42,1%	25,2%	776	544	80	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
média	8,4	8,1	7,7	776	544	80	0,1	0,1	0,3	Sig.	Sig.	Sig.
Satisfação com a rde social mais utilizada												
1 - 5	6,2%	7,4%	5,2%	750	530	56	1,1 p.p.	1,4 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	51,6%	56,6%	70,8%	750	530	56	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
9 - 10	41,9%	35,7%	23,9%	750	530	56	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
média	8,0	7,9	7,7	750	530	56	0,1	0,1	0,2	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
1 - 5	2,4%	2,9%	5,6%	552	430	60	0,9 p.p.	1,1 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	54,0%	56,2%	53,9%	552	430	60	2,9 p.p.	3,2 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	43,5%	40,3%	39,9%	552	430	60	2,9 p.p.	3,1 p.p.	8,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,2	8,1	8,1	552	430	60	0,1	0,1	0,2	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado												
1 - 5	0,7%	1,8%	2,8%	746	571	50	0,5 p.p.	0,7 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	29,0%	39,0%	46,4%	746	571	50	2,4 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	69,9%	59,2%	50,8%	746	571	50	2,4 p.p.	2,6 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,9	8,6	8,3	746	571	50	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Sig.
Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado												
Voz:												
Quebras de ligação	51,8%	56,3%	45,8%	39	34	9	11,6 p.p.	12,2 p.p.	22,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	16,6%	17,0%	5,7%	39	34	9	7,5 p.p.	8,9 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	13,2%	7,4%		39	34		6,8 p.p.	5,2 p.p.		Não Sig.		
Tamanho/ peso da aplicação	0,9%	1,1%		39	34		3,6 p.p.	3,1 p.p.		Não Sig.		
Outros motivos	14,7%	12,1%	21,0%	39	34	9	8,3 p.p.	7,6 p.p.	17,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	17,8%	13,5%	27,4%	39	34	9	9,7 p.p.	9,0 p.p.	17,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vídeo:												
Quebras de ligação	65,0%	56,0%	19,4%	30	27	4	13,3 p.p.	13,3 p.p.	32,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	43,0%	17,5%	40,3%	30	27	4	13,0 p.p.	11,2 p.p.	24,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	2,0%	10,6%		30	27		5,9 p.p.	10,3 p.p.		Não Sig.		
Tamanho/ peso da aplicação	1,3%			30			3,5 p.p.					
Outros motivos	0,9%	8,1%		30	27		2,8 p.p.	6,1 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	10,6%	15,1%	40,3%	30	27	4	10,3 p.p.	8,5 p.p.	29,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
Quebras de ligação	39,7%	24,3%	79,0%	21	15	4	13,9 p.p.	15,6 p.p.	29,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Qualidade do serviço	2,3%	12,2%	8,2%	21	15	4	5,0 p.p.	8,2 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	9,4%	7,8%		21	15		8,5 p.p.	7,6 p.p.		Não Sig.		
Poucas funcionalidades	1,9%		12,8%	21		4	4,3 p.p.	8,9 p.p.	12,7 p.p.		Não Sig.	
Tamanho/ peso da aplicação	16,9%			21			6,8 p.p.					
Outros motivos	49,9%	17,1%		21	15		13,7 p.p.	11,3 p.p.	25,6 p.p.	Sig.		
NS/NR		41,2%			15		12,3 p.p.	17,2 p.p.	29,3 p.p.			
Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado												
Quebras de ligação	15,4%	57,5%	34,3%	24	20	5	7,5 p.p.	13,3 p.p.	27,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	9,9%	17,5%		24	20		8,4 p.p.	9,7 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.		
Excesso de publicidade/ anúncios	26,1%	20,2%		24	20		13,6 p.p.	9,8 p.p.	24,7 p.p.	Não Sig.		
Pouco espaço de armazenamento								4,1 p.p.				
Tamanho/ peso da aplicação	5,7%	1,5%		24	20		4,2 p.p.	2,2 p.p.		Não Sig.		
Outros motivos	34,7%	2,0%		24	20		9,7 p.p.	6,6 p.p.		Sig.		
NS/NR	11,0%	13,8%	65,7%	24	20	5	14,4 p.p.	11,1 p.p.	29,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada												
Quebras de ligação	15,9%	2,1%	8,3%	37	42	3	7,8 p.p.	6,7 p.p.	22,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	4,6%	14,5%		37	42		4,0 p.p.	5,6 p.p.	9,2 p.p.	Sig.		
Excesso de publicidade/ anúncios	0,9%	12,7%	78,9%	37	42	3	6,6 p.p.	6,5 p.p.	32,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Política de privacidade	52,0%	19,2%		37	42		11,6 p.p.	8,2 p.p.	12,8 p.p.	Sig.		
Utilização do serviço por parte de outros utilizadores	3,7%	13,9%		37	42		6,3 p.p.	7,5 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.		
Outros motivos	4,9%	7,1%		37	42		4,6 p.p.	5,2 p.p.	16,8 p.p.	Não Sig.		
NS/NR	23,1%	41,8%	12,8%	37	42	3	11,2 p.p.	10,1 p.p.	24,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
Quebras de ligação	17,8%	20,0%	17,1%	16	10	4	12,7 p.p.	14,7 p.p.	29,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	10,5%			16			10,4 p.p.	4,1 p.p.				
Política de privacidade	10,1%	3,2%		16	10		13,4 p.p.	3,9 p.p.		Não Sig.		
Capacidade de armazenamento		16,4%	8,8%		10	4	12,7 p.p.	12,6 p.p.	22,2 p.p.			Não Sig.
Outros motivos	10,4%	22,4%	61,3%	16	10	4	13,8 p.p.	13,9 p.p.	40,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	53,6%	38,0%	12,8%	16	10	4	17,7 p.p.	17,4 p.p.	26,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado												
Quebras de ligação		19,0%			12		13,9 p.p.	17,3 p.p.				
Qualidade do serviço/ Qualidade dos resultados de busca	11,4%	25,8%		8	12		9,9 p.p.	20,6 p.p.	40,2 p.p.	Não Sig.		
Política de privacidade	59,3%	8,3%		8	12		20,7 p.p.	9,1 p.p.		Sig.		
Excesso de publicidade/ anúncios												
Outros motivos	4,0%	14,8%		8	12		6,0 p.p.	13,7 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	25,2%	32,1%	100,0%	8	12	1	24,4 p.p.	20,5 p.p.	40,2 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Qualidade percebida do serviço VoIP mais utilizado												
Voz e pago:												
1 - 5	31,5%	5,7%		17	16		17,3 p.p.	11,6 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	32,6%	61,7%	50,2%	17	16	3	17,8 p.p.	17,0 p.p.	39,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	35,9%	32,6%	49,8%	17	16	3	18,1 p.p.	15,5 p.p.	39,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,2	7,7	9,0	17	17	3	1,3	0,6	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vídeo e pago:												
1 - 5	6,6%	5,4%		12	7		14,0 p.p.	19,2 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	63,6%	61,9%	50,2%	12	7	3	20,1 p.p.	21,1 p.p.	41,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	29,8%	32,7%	49,8%	12	7	3	17,8 p.p.	19,5 p.p.	41,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,4	7,9	8,6	12	7	3	1,0	1,0	1,9	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Voz e gratuito:												
1 - 5	9,3%	7,6%	7,6%	449	360	73	2,0 p.p.	1,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	55,7%	63,4%	69,5%	449	360	73	3,5 p.p.	3,7 p.p.	8,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	35,0%	29,0%	22,8%	449	360	73	3,4 p.p.	3,6 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
média	7,8	7,6	7,7	481,0	373,0	77,0	0,1	0,1	0,3	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vídeo e gratuito:												
1 - 5	6,8%	12,2%	3,3%	320	263	59	2,0 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
6 - 8	62,7%	61,1%	73,5%	320	263	59	3,8 p.p.	4,0 p.p.	8,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	30,6%	26,8%	23,2%	320	263	59	3,7 p.p.	3,8 p.p.	8,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,8	7,4	7,8	331	277	60	0,2	0,2	0,3	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade percebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
Pago:												
1 - 5	2,9%	3,0%		17	16		12,2 p.p.	13,4 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	38,2%	58,8%	50,0%	17	16	3	18,1 p.p.	16,5 p.p.	38,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	58,9%	38,2%	50,0%	17	16	3	18,0 p.p.	15,8 p.p.	38,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,5	8,1	8,6	17	16	4	0,8	0,8	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Gratuito:												
1 - 5	1,3%	2,1%	3,3%	729	538	92	0,8 p.p.	0,7 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	40,8%	50,2%	55,6%	729	538	92	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
9 - 10	57,9%	47,7%	41,1%	729	538	92	2,6 p.p.	3,0 p.p.	7,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
média	8,6	8,3	8,3	732	538	93	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Não Sig.
Qualidade percebida do serviço de audiovisual mais utilizado												
Pago:												
1 - 5	6,3%	3,0%		26	10		6,2 p.p.	4,8 p.p.		Não Sig.		
6 - 8	68,5%	64,4%	100,0%	26	10	1	14,8 p.p.	19,6 p.p.	28,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	25,2%	32,7%		26	10		14,4 p.p.	19,5 p.p.	28,1 p.p.	Não Sig.		
média	7,6	8,2	8,0	26	10	1	0,5	0,4	0,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Gratuito:												
1 - 5	3,0%	2,8%	7,3%	738	516	76	0,9 p.p.	1,0 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
6 - 8	41,0%	52,7%	68,4%	738	516	76	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
9 - 10	56,0%	44,6%	24,4%	738	516	76	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,7 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
média	8,5	8,3	7,7	743	517	76	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Sig.
Qualidade percebida da rede social mais utilizada												
Pago:												
1 - 5	2,7%	17,6%		16	10		11,2 p.p.	19,9 p.p.	30,6 p.p.	Não Sig.		
6 - 8	91,8%	79,4%	100,0%	16	10	1	12,9 p.p.	21,8 p.p.	30,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	5,4%	3,0%		16	10		7,1 p.p.	12,0 p.p.		Não Sig.		
média	7,0	7,1	8,0	16	10	1	0,5	1,2	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Gratuito:												
1 - 5	2,4%	3,8%	1,2%	722	513	53	0,7 p.p.	1,1 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	45,7%	52,6%	66,8%	722	513	53	2,7 p.p.	2,9 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
9 - 10	52,0%	43,6%	32,1%	722	513	53	2,7 p.p.	2,8 p.p.	7,0 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
média	8,4	8,2	7,9	725	513	53	0,1	0,1	0,2	Sig.	Sig.	Sig.
Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
Pago:												
1 - 5							8,6 p.p.	13,1 p.p.				
6 - 8	81,3%	55,1%	69,0%	16	13	3	17,3 p.p.	17,8 p.p.	36,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	18,7%	44,9%	31,0%	16	13	3	17,6 p.p.	17,5 p.p.	36,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	7,9	8,6	8,3	16,00	13,00	3,00	0,6	1,1	1,5	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Gratuito:												
1 - 5	1,4%	2,5%	2,4%	523	405	53	0,6 p.p.	0,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
6 - 8	49,8%	52,3%	59,6%	523	405	53	3,0 p.p.	3,3 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
9 - 10	48,8%	45,2%	38,0%	523	405	53	3,0 p.p.	3,3 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
média	8,4	8,3	8,2	526,00	407,00	54,00	0,1	0,1	0,2	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado												
Sim	47,7%	54,2%	51,6%	574	466	96	3,1 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	52,3%	45,8%	48,4%	574	466	96	3,1 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Principais responsáveis pelas falhas												
Serviço	18,0%	16,4%	24,3%	286	249	46	3,5 p.p.	3,4 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	35,0%	45,9%	27,8%	286	249	46	4,1 p.p.	4,5 p.p.	9,2 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	43,7%	36,1%	46,5%	286	249	46	4,1 p.p.	4,4 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,7%	0,2%		286	249		0,8 p.p.	0,5 p.p.		Sig.		
Outros	1,5%	0,3%	1,5%	286	249	46	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	0,1%	1,1%		286	249		0,3 p.p.	1,0 p.p.		Não Sig.		
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado												
Sim	38,8%	37,5%	44,6%	761	573	101	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	61,2%	62,5%	55,4%	761	573	101	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Principais responsáveis pelas falhas												
Serviço	18,8%	11,3%	20,1%	292	210	37	3,4 p.p.	3,5 p.p.	10,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	37,6%	49,1%	16,5%	292	210	37	4,1 p.p.	4,9 p.p.	8,5 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	40,8%	38,4%	62,5%	292	210	37	4,1 p.p.	4,9 p.p.	11,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Dispositivo utilizado	2,8%	0,9%		292	210		1,0 p.p.	0,8 p.p.		Sig.		
Outros		0,2%	0,8%		210	37	0,5 p.p.	0,9 p.p.	4,4 p.p.			Não Sig.
NS/NR		0,2%			210			0,3 p.p.				
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado												
Sim	50,3%	59,5%	50,8%	776	544	80	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	49,7%	40,5%	49,2%	776	544	80	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Principais responsáveis pelas falhas												
Serviço	9,8%	7,5%	4,3%	385	318	40	2,5 p.p.	2,2 p.p.	6,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	57,8%	54,3%	44,3%	385	318	40	3,7 p.p.	3,9 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	29,5%	36,5%	51,5%	385	318	40	3,4 p.p.	3,7 p.p.	10,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Dispositivo utilizado	2,9%	0,7%		385	318		1,0 p.p.	0,7 p.p.	2,7 p.p.	Sig.		
Outros	0,1%			385	318		0,5 p.p.		1,1 p.p.			
NS/NR		1,1%			318			0,6 p.p.				
Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada												
Sim	55,3%	51,8%	54,5%	750	530	56	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	44,7%	48,2%	45,5%	750	530	56	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Principais responsáveis pelas falhas												
Serviço	23,2%	5,2%	13,1%	437	285	25	3,0 p.p.	2,6 p.p.	8,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	36,5%	53,5%	35,8%	437	285	25	3,5 p.p.	4,0 p.p.	9,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	37,5%	39,7%	50,0%	437	285	25	3,6 p.p.	3,9 p.p.	10,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	2,8%	1,4%		437	285		1,0 p.p.	0,9 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,1%	0,1%	1,1%	437	285	25	0,5 p.p.	0,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR								0,2 p.p.	1,6 p.p.			
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado												
Sim	19,8%	25,4%	30,9%	552	430	60	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Não	80,2%	74,6%	69,1%	552	430	60	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

Principais responsáveis pelas falhas

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviço	14,5%	9,0%	1,6%	112	102	17	5,4 p.p.	4,7 p.p.	15,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	44,5%	54,5%	17,8%	112	102	17	6,7 p.p.	7,0 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Operador de Internet e serviço	41,0%	35,3%	80,7%	112	102	17	6,4 p.p.	6,7 p.p.	18,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Dispositivo utilizado		0,9%			102			1,0 p.p.				
Outros		0,4%			102			0,6 p.p.				
NS/NR								0,8 p.p.				

Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Sim	27,5%	40,9%	33,3%	746	571	50	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	72,5%	59,1%	66,7%	746	571	50	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Serviço	7,0%	4,1%		231	222		2,5 p.p.	2,2 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.		
Operador de Internet	58,0%	64,0%	50,6%	231	222	13	4,7 p.p.	4,4 p.p.	12,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	30,0%	30,5%	46,6%	231	222	13	4,4 p.p.	4,2 p.p.	12,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	4,9%	1,3%		231	222		1,8 p.p.	0,8 p.p.		Sig.		
Outros	0,2%		2,8%	231		13	0,5 p.p.	0,2 p.p.	4,3 p.p.		Não Sig.	
NS/NR												

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:												
Min.	168.842.653	110.776.642	32.798.777	574	466	96	1)	1)	1)			
Pop.	1644568	1511182	634453	574	466	96	1)	1)	1)			
Média	102,7	73,3	51,7	574	466	96	12,6	10,3	19,6	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	181.720.537	121.146.324	32.304.954	574	466	96	1)	1)	1)			
Pop.	1645568	1513312	635482	574	466	96	1)	1)	1)			
Média	110,4	80,1	50,8	574	466	96	11,9	9,6	11,2	Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	190.110.978	133.738.101	33.565.083	574	466	96	1)	1)	1)			
Pop.	1646568	1515445	636513	574	466	96	1)	1)	1)			
Média	115,5	88,3	52,7	574	466	96	12,5	10,6	14,2	Sig.	Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente	8%	9%	-2%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	5%	10%	4%				1)	1)	1)			

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:												
Min.	357.352.461	151.564.299	32.980.848	761	573	101	1)	1)	1)			
Pop.	1975450	1736384	644162	761	573	101	1)	1)	1)			
Média	180,9	87,3	51,2	761	573	101	26,5	11,7	18,3	Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Presente:												
Min.	334.489.347	164.156.711	35.098.975	761	573	101	1)	1)	1)			
Pop.	1976102	1737541	644483	761	573	101	1)	1)	1)			
Média	169,3	94,5	54,5	761	573	101	13,2	12,2	19,8	Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	342.020.159	180.040.208	39.744.924	761	573	101	1)	1)	1)			
Pop.	1976754	1738699	644804	761	573	101	1)	1)	1)			
Média	173,0	103,5	61,6	761	573	101	13,1	12,4	25,4	Sig.	Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente	-6%	8%	6%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	2%	10%	13%				1)	1)	1)			

Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:												
Min.	194.490.452	123.342.029	34.269.106	776	544	80	1)	1)	1)			
Pop.	1995221	1692609	628348	776	544	80	1)	1)	1)			
Média	97,5	72,9	54,5	776	544	80	10,1	9,1	18,2	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	213.205.439	133.785.585	41.224.151	776	544	80	1)	1)	1)			
Pop.	1995775	1693566	628754	776	544	80	1)	1)	1)			
Média	106,8	79,0	65,6	776	544	80	9,4	9,3	17,0	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Consumo Futuro:												
Min.	229.688.890	152.197.438	43.315.898	776	544	80	1)	1)	1)			
Pop.	1996329	1694524	629161	776	544	80	1)	1)	1)			
Média	115,1	89,8	68,8	776	544	80	10,7	10,1	17,8	Sig.	Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	10%	8%	20%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	8%	14%	5%				1)	1)	1)			
Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)												
Consumo Passado:												
Min.	369.566.240	212.327.468	59.706.995	750	530	56	1)	1)	1)			
Pop.	2027882	1842121	707172	750	530	56	1)	1)	1)			
Média	182,2	115,3	84,4	750	530	56	44,7	13,9	36,3	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	396.059.320	211.657.215	63.461.144	750	530	56	1)	1)	1)			
Pop.	2028217	1842576	707522	750	530	56	1)	1)	1)			
Média	195,3	114,9	89,7	750	530	56	16,1	12,4	31,5	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	406.898.332	225.164.829	54.558.328	750	530	56	1)	1)	1)			
Pop.	2028552	1843031	707873	750	530	56	1)	1)	1)			
Média	200,6	122,2	77,1	750	530	56	15,9	12,7	31,7	Sig.	Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente	7%	0%	6%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	3%	6%	-14%				1)	1)	1)			
Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)												
Consumo Passado:												
Min.	96.273.945	76.635.125	13.023.785	552	430	60	1)	1)	1)			
Pop.	1444743	1279833	404182	552	430	60	1)	1)	1)			
Média	66,6	59,9	32,2	552	430	60	16,6	8,1	32,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	79.191.892	80.397.259	14.846.142	552	430	60	1)	1)	1)			
Pop.	1445415	1280689	404682	552	430	60	1)	1)	1)			
Média	54,8	62,8	36,7	552	430	60	7,8	7,9	24,1	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	89.557.145	92.978.100	15.981.931	552	430	60	1)	1)	1)			
Pop.	1446088	1281546	405183	552	430	60	1)	1)	1)			
Média	61,9	72,6	39,4	552	430	60	8,3	9,3	27,2	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-18%	5%	14%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	13%	16%	8%				1)	1)	1)			
Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (passado, presente e futuro)												
Consumo Passado:												
Min.	299.461.173	204.506.713	46.643.912	746	571	50	1)	1)	1)			
Pop.	2084625	1926073	774978	746	571	50	1)	1)	1)			
Média	143,7	106,2	60,2	746	571	50	22,9	10,6	36,3	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo Presente:												
Min.	284.585.530	203.203.295	48.888.903	746	571	50	1)	1)	1)			
Pop.	2084840	1926858	775611	746	571	50	1)	1)	1)			
Média	136,5	105,5	63,0	746	571	50	12,4	10,5	28,1	Sig.	Sig.	Sig.
Consumo Futuro:												
Min.	310.097.209	225.907.850	51.696.134	746	571	50	1)	1)	1)			
Pop.	2085055	1927644	776245	746	571	50	1)	1)	1)			
Média	148,7	117,2	66,6	746	571	50	12,5	11,8	28,4	Sig.	Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente	-5%	-1%	5%				1)	1)	1)			
Evolução Presente-Futuro	9%	11%	6%				1)	1)	1)			
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)												
VoIP - Internet móvel	26,6	16,3	11,8	574	466	96	1)	1)	1)			
Voip - Internet fixa	83,8	63,7	39,0	574	466	96	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet móvel	49,3	21,6	13,0	761	573	101	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet fixa	120,0	72,8	41,4	761	573	101	1)	1)	1)			
Audiovisuais -Internet móvel	21,0	18,9	13,6	776	544	80	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet fixa	85,8	60,1	52,0	776	544	80	1)	1)	1)			
Redes sociais-Internet móvel	55,2	28,1	19,3	750	530	56	1)	1)	1)			
Redes sociais - Internet fixa	140,1	86,8	70,4	750	530	56	1)	1)	1)			
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	13,9	15,7	5,7	552	430	60	1)	1)	1)			
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	40,9	47,0	31,0	552	430	60	1)	1)	1)			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	34,3	24,6	17,8	746	571	50	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	102,2	80,9	45,3	746	571	50	1)	1)	1)			
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)												
VoIP - Internet móvel	43.776.023	24.695.190	7.495.760	574	466	96	1)	1)	1)			
Voip - Internet fixa	137.944.515	96.451.134	24.809.194	574	466	96	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet móvel	97.446.847	37.607.821	8.405.051	761	573	101	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet fixa	237.042.500	126.548.890	26.693.923	761	573	101	1)	1)	1)			
Audiovisuais -Internet móvel	41.885.685	31.933.549	8.536.653	776	544	80	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet fixa	171.319.754	101.852.037	32.687.499	776	544	80	1)	1)	1)			
Redes sociais-Internet móvel	111.926.934	51.698.618	13.620.286	750	530	56	1)	1)	1)			
Redes sociais - Internet fixa	284.132.386	159.958.597	49.840.858	750	530	56	1)	1)	1)			
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	20.131.985	20.148.302	2.303.549	552	430	60	1)	1)	1)			
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	59.059.908	60.248.957	12.542.594	552	430	60	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	71.439.136	47.327.494	13.772.371	746	571	50	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	213.146.394	155.875.801	35.116.532	746	571	50	1)	1)	1)			
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)												
VoIP - Internet móvel	27,8	18,0	12,2	574	466	96	1)	1)	1)			
Voip - Internet fixa	87,6	70,3	40,5	574	466	96	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet móvel	50,4	23,7	14,8	761	573	101	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet fixa	122,6	79,8	46,9	761	573	101	1)	1)	1)			
Audiovisuais -Internet móvel	22,6	21,4	14,3	776	544	80	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet fixa	92,5	68,4	54,6	776	544	80	1)	1)	1)			
Redes sociais-Internet móvel	56,7	29,8	16,5	750	530	56	1)	1)	1)			
Redes sociais - Internet fixa	143,9	92,3	60,5	750	530	56	1)	1)	1)			
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	15,7	18,2	6,1	552	430	60	1)	1)	1)			
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	46,2	54,4	33,3	552	430	60	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	37,3	27,3	18,8	746	571	50	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	111,4	89,9	47,8	746	571	50	1)	1)	1)			
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)												
VoIP - Internet móvel	45.797.259	27.261.973	7.788.149	574	466	96	1)	1)	1)			
Voip - Internet fixa	144.313.720	106.476.128	25.776.934	574	466	96	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet móvel	99.640.800	41.246.683	9.517.604	761	573	101	1)	1)	1)			
Mensagens instantâneas -Internet fixa	242.379.359	138.793.525	30.227.320	761	573	101	1)	1)	1)			
Audiovisuais -Internet móvel	45.123.973	36.328.311	8.969.809	776	544	80	1)	1)	1)			
Audiovisuais - Internet fixa	184.564.917	115.869.127	34.346.088	776	544	80	1)	1)	1)			
Redes sociais-Internet móvel	114.990.055	54.997.938	11.709.528	750	530	56	1)	1)	1)			
Redes sociais - Internet fixa	291.908.277	170.166.890	42.848.800	750	530	56	1)	1)	1)			
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	22.767.016	23.301.178	2.479.779	552	430	60	1)	1)	1)			
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	66.790.130	69.676.922	13.502.152	552	430	60	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	77.843.299	52.615.547	14.563.190	746	571	50	1)	1)	1)			
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	232.253.909	173.292.303	37.132.945	746	571	50	1)	1)	1)			

4.2.5 - Análise de gerenciamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet

Acesso lento	69,8%	69,6%	63,9%	123	108	20	5,3 p.p.	5,5 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Quebras/ interrupções	61,7%	47,0%	58,7%	123	108	20	5,9 p.p.	6,0 p.p.	15,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Perdas de acesso	52,3%	50,0%	21,6%	123	108	20	6,1 p.p.	6,0 p.p.	15,0 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	52,8%	32,5%	44,9%	123	108	20	6,1 p.p.	5,7 p.p.	14,0 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cobertura do serviço fraca	47,0%	51,3%	15,0%	123	108	20	6,0 p.p.	6,0 p.p.	13,8 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Fraco apoio ao cliente	13,2%	13,8%	11,9%	123	108	20	4,0 p.p.	4,6 p.p.	12,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros												
NS/NR	3,4%	7,9%	9,5%	123	108	20	2,3 p.p.	2,8 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15 - 34 anos

35 - 55 anos

Mais de 55 anos

15-34 anos vs 35-55 anos

15-34 anos vs Mais de 55 anos

35-55 anos vs Mais de 55 anos

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP

Consumo atual - VoIP	22,6	21,8	16,3	574	466	96	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Consumo atual - STF/STM	77,4	78,2	83,7	574	466	96	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	10,9	11,2	8,8	574	466	96	2,6 p.p.	2,9 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	89,1	88,8	91,2	574	466	96	2,6 p.p.	2,9 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	7,6	7,8	5,9	574	466	96	2,2 p.p.	2,4 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	92,4	92,2	94,1	574	466	96	2,2 p.p.	2,4 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	4,2	3,7	3,1	574	466	96	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	95,8	96,3	96,9	574	466	96	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

Consumo atual - mensagens instantâneas	35,5	31,8	28,2	761	573	101	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Consumo atual - STM	64,5	68,2	71,8	761	573	101	1,6 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STM - Mensagens instantâneas	19,7	17,4	14,4	761	573	101	2,8 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de STM - STM	80,3	82,6	85,6	761	573	101	2,8 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - Mensagens instantâneas	15,4	14,3	11,4	761	573	101	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - STM	84,6	85,7	88,6	761	573	101	2,6 p.p.	2,9 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - Mensagens instantâneas	8,0	7,3	7,4	761	573	101	1,9 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - STM	92,0	92,7	92,6	761	573	101	1,9 p.p.	2,1 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

Consumo atual - Audiovisual	24,9	22,6	23,8	776	544	80	1,5 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Consumo atual - TV	75,1	77,4	76,2	776	544	80	1,5 p.p.	1,5 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisual	13,6	10,3	10,3	776	544	80	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metade do preço de TV - TV	86,4	89,7	89,7	776	544	80	2,4 p.p.	2,6 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	10,2	7,5	7,6	776	544	80	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - TV	89,8	92,5	92,4	776	544	80	2,1 p.p.	2,2 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisual	5,8	3,8	3,5	776	544	80	1,6 p.p.	1,6 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - TV	94,2	96,2	96,5	776	544	80	1,6 p.p.	1,6 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel

Preço	55,5%	59,2%	41,7%	574	466	96	3,0 p.p.	3,2 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Segurança	13,7%	11,6%	12,8%	574	466	96	2,3 p.p.	1,9 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	36,0%	26,7%	31,7%	574	466	96	3,0 p.p.	2,8 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	43,4%	34,2%	52,6%	574	466	96	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Realização de chamadas em grupo	18,3%	10,7%	5,4%	574	466	96	2,5 p.p.	2,2 p.p.	4,7 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Realização de videochamadas	39,0%	31,5%	31,9%	574	466	96	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	37,2%	39,7%	31,2%	574	466	96	3,0 p.p.	3,1 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço V	26,6%	20,2%	16,2%	574	466	96	2,7 p.p.	2,7 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros	0,4%	0,6%		574	466		0,3 p.p.	0,4 p.p.		Não Sig.		
NS/NR	4,0%	4,4%	8,8%	574	466	96	1,1 p.p.	1,3 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel


Preço	51,3%	49,9%	56,8%	761	573	101	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança	12,6%	14,0%	13,3%	761	573	101	1,8 p.p.	2,0 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	38,5%	29,6%	31,4%	761	573	101	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,4 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	52,8%	51,0%	43,9%	761	573	101	2,6 p.p.	2,9 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	27,6%	27,8%	34,6%	761	573	101	2,3 p.p.	2,5 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	22,3%	22,2%	26,1%	761	573	101	2,1 p.p.	2,3 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	29,2%	18,8%	5,6%	761	573	101	2,4 p.p.	2,3 p.p.	4,1 p.p.	Sig.	Sig.	Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço M	38,4%	35,9%	37,6%	761	573	101	2,6 p.p.	2,8 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	0,3%			761			0,3 p.p.	0,3 p.p.				
NS/NR	3,4%	3,8%	1,2%	761	573	101	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão

Preço	33,4%	33,5%	39,9%	776	544	80	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança	15,0%	10,7%	18,9%	776	544	80	1,8 p.p.	1,6 p.p.	4,9 p.p.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Qualidade do serviço	48,3%	41,1%	46,7%	776	544	80	2,6 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	67,5%	62,2%	53,4%	776	544	80	2,4 p.p.	2,7 p.p.	6,8 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros	0,9%	0,3%	0,8%	776	544	80	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	5,6%	8,1%	8,7%	776	544	80	1,3 p.p.	1,7 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas

Melhoria da qualidade das chamadas por serviço VoIP	40,6%	40,2%	26,9%	574	466	96	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
---	-------	-------	-------	-----	-----	----	----------	----------	----------	----------	------	------

Variáveis	Frequência/ Média			Base Amostral			Margem de erro			Significância estatística		
	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15 - 34 anos	35 - 55 anos	Mais de 55 anos	15-34 anos vs 35-55 anos	15-34 anos vs Mais de 55 anos	35-55 anos vs Mais de 55 anos
												
Melhoria da qualidade dos serviços de Internet fixa	32,7%	31,1%	22,6%	574	466	96	2,9 p.p.	3,0 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade dos serviços de Internet móvel	36,7%	34,4%	23,4%	574	466	96	3,0 p.p.	3,0 p.p.	6,4 p.p.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Os serviços VoIP aumentarem o seu número de funcionalidades	22,7%	18,0%	14,8%	574	466	96	2,5 p.p.	2,4 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre	36,9%	34,7%	31,6%	574	466	96	3,0 p.p.	3,1 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,3%			574			0,3 p.p.	0,4 p.p.				
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfego gratuito	0,2%			574			0,2 p.p.	0,2 p.p.				
Outros	0,4%	0,5%		574	466		0,4 p.p.	0,3 p.p.		Não Sig.		
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico fixo/ móvel	0,2%			574			0,2 p.p.	0,2 p.p.				
NS/NR	6,3%	6,3%	7,3%	574	466	96	1,3 p.p.	1,6 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens												
Melhoria da qualidade das mensagens por serviço de mensagens	35,3%	27,4%	29,9%	761	573	101	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet fixa	26,7%	26,5%	26,3%	761	573	101	2,3 p.p.	2,4 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet móvel	35,4%	30,6%	40,8%	761	573	101	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Aumentar o número de funcionalidades do serviço de mensagens	30,9%	24,1%	29,3%	761	573	101	2,4 p.p.	2,4 p.p.	6,3 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre	36,6%	30,9%	27,3%	761	573	101	2,5 p.p.	2,7 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	1,1%	0,1%	0,4%	761	573	101	0,6 p.p.	0,3 p.p.	1,7 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Os serviços IM passarem a ser de tráfego gratuito	0,1%	0,2%		761	573		0,3 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,7%	1,1%	0,4%	761	573	101	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico móvel	13,5%	17,9%	17,7%	761	573	101	1,7 p.p.	2,2 p.p.	5,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	4,8%	7,8%	10,6%	761	573	101	1,1 p.p.	1,5 p.p.	3,9 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual												
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem	44,2%	29,9%	30,5%	776	544	80	2,6 p.p.	2,6 p.p.	6,3 p.p.	Sig.	Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a sua qualidade	38,0%	32,2%	33,0%	776	544	80	2,5 p.p.	2,6 p.p.	6,5 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a sua qualidade	32,0%	30,7%	39,3%	776	544	80	2,4 p.p.	2,5 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem o seu número	27,4%	21,4%	24,9%	776	544	80	2,3 p.p.	2,4 p.p.	5,6 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,4%	0,1%		776	544		0,4 p.p.	0,2 p.p.		Não Sig.		
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> passarem a ser de tráfego	0,2%	0,1%		776	544		0,3 p.p.	0,1 p.p.		Não Sig.		
Redução do preço dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i>	1,1%	1,8%		776	544		0,6 p.p.	0,6 p.p.		Não Sig.		
Outros	0,5%	0,7%		776	544		0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.		
Nada o faria deixar de utilizar o serviço de televisão	20,6%	28,0%	20,4%	776	544	80	2,0 p.p.	2,5 p.p.	6,1 p.p.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	5,5%	7,0%	7,4%	776	544	80	1,2 p.p.	1,5 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino



4.2.1 Caracterização da amostra

Género e classe etária							
Masculino - mais 55 anos		21,7%		2498		1,6 p.p.	
Masculino - 35 a 54 anos		45,5%		2498		2,0 p.p.	
Masculino - 16 a 34 anos		32,8%		2498		1,8 p.p.	
Feminino - mais 55 anos	12,2%		2869		1,2 p.p.		
Feminino - 35 a 54 anos	35,0%		2869		1,7 p.p.		
Feminino - 16 a 34 anos	52,7%		2869		1,8 p.p.		
Nível de escolaridade							
Ensino básico ou menos	9,7%	18,5%	2869	2498	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Ensino secundário	57,2%	59,4%	2869	2498	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Ensino superior	33,1%	22,0%	2869	2498	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
NS/NR	0,0%		2869		0,0 p.p.		
Distribuição por região por NUTS II							
Norte	33,4%	30,2%	2869	2498	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Centro	20,5%	20,7%	2869	2498	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Lisboa	32,4%	29,5%	2869	2498	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Alentejo	6,6%	8,0%	2869	2498	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Algarve	4,5%	3,4%	2869	2498	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Madeira	1,7%	6,6%	2869	2498	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Açores	0,5%	0,7%	2869	2498	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,6%	0,9%	2869	2498	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Situação profissional							
Empregado	56,3%	64,8%	2869	2498	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Desempregado	21,9%	14,3%	2869	2498	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Aluno/ Estudante	15,3%	8,3%	2869	2498	1,3 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Outros inativos	6,4%	12,4%	2869	2498	0,9 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Outros	0,1%	0,0%	2869	2498	0,1 p.p.	0,1 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,0%	0,1%	2869	2498	0,1 p.p.	0,1 p.p.	Não Sig.
Rendimento mensal do agregado familiar							
Até 485 euros	8,5%	5,6%	2869	2498	1,0 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
De 486 a 970 euros	29,9%	24,0%	2869	2498	1,7 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
De 971 a 1455 euros	27,7%	27,7%	2869	2498	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros	12,5%	17,3%	2869	2498	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
De 1941 a 2425 euros	6,5%	11,3%	2869	2498	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
De 2424 a 2909 euros	3,1%	4,9%	2869	2498	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Igual ou superior a 2910 euros	2,5%	3,5%	2869	2498	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
NS/NR	9,3%	5,7%	2869	2498	1,1 p.p.	0,9 p.p.	Sig.

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Pacote de serviços de telecomunicações							
Sim	99,5%	99,1%	2781	2419	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Não	0,5%	0,9%	2781	2419	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Operador do pacote de serviços de telecomunicações							
Meo	38,1%	38,7%	2746	2385	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
NOS	34,9%	39,6%	2746	2385	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Vodafone	21,9%	17,9%	2746	2385	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Cabovisão	5,1%	3,9%	2746	2385	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços incluídos no pacote de telecomunicações

Televisão por assinatura	76,7%	83,7%	2869	2498	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Serviço telefónico fixo	75,4%	77,8%	2869	2498	1,6 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Serviço telefónico móvel	54,6%	58,6%	2869	2498	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Internet fixa	91,2%	91,3%	2869	2498	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Internet móvel por dados móveis	46,7%	50,2%	2869	2498	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Internet móvel por pen <i>USB</i>	14,8%	16,8%	2869	2498	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	2,2%	0,8%	2869	2498	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Sig.

Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações

Entre 0 e 9,99 euros	5,8%	4,3%	2869	2498	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	9,1%	6,5%	2869	2498	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	10,6%	11,2%	2869	2498	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 e 39,99 euros	14,1%	13,9%	2869	2498	1,3 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	14,6%	14,8%	2869	2498	1,3 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	24,9%	26,5%	2869	2498	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	12,4%	13,6%	2869	2498	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	4,0%	6,3%	2869	2498	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
120 euros ou mais	0,9%	1,2%	2869	2498	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	3,5%	1,7%	2869	2498	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Sig.

Tarifários de Internet móvel

Tarifário diário	13,8%	15,0%	424	338	3,3 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.
Tarifário semanal	7,2%	7,7%	424	338	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Tarifário mensal com dados móveis	6,9%	6,1%	424	338	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Assinatura mensal não incluída num pacote de telecomunicações	54,4%	61,7%	424	338	4,7 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.
Outro	5,5%	4,9%	424	338	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	12,2%	4,6%	424	338	3,1 p.p.	2,2 p.p.	Sig.

Utilização dos grupos de serviços OTT

Motores de busca	98,1%	97,4%	2869	2498	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Redes sociais	95,5%	92,3%	2869	2498	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Serviços audiovisuais	90,5%	91,3%	2869	2498	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Mensagens instantâneas	90,0%	86,2%	2869	2498	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
VoIP	74,4%	75,9%	2869	2498	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Partilha e armazenamento de ficheiros	65,0%	71,2%	2869	2498	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Sig.

Serviços VoIP utilizadosApenas voz:

Skype	6,4%	8,9%	2869	2498	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Skypeout	0,1%	0,5%	2869	2498	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Sig.
Facetime	1,3%	1,2%	2869	2498	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Viber	9,7%	9,6%	2869	2498	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	11,4%	9,6%	2869	2498	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	24,4%	19,7%	2869	2498	1,6 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Hangouts	4,3%	4,7%	2869	2498	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,5%	1,0%	2869	2498	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
QQ	0,2%	0,8%	2869	2498	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Line	0,5%	1,1%	2869	2498	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Tango	0,1%	0,2%	2869	2498	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,6%	1,9%	2869	2498	0,3 p.p.	0,5 p.p.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Apenas videochamada:

Skype	10,3%	10,7%	2869	2498	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Skypeout	0,3%	0,4%	2869	2498	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Facetime	1,7%	2,0%	2869	2498	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Viber	1,3%	1,5%	2869	2498	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	1,6%	1,0%	2869	2498	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	6,9%	5,9%	2869	2498	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Hangouts	1,4%	1,5%	2869	2498	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,6%	0,6%	2869	2498	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
QQ	0,3%	0,3%	2869	2498	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Line	0,3%	0,3%	2869	2498	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Tango	0,3%	0,2%	2869	2498	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,1%		2869		0,1 p.p.		

Voz + Videochamada:

Skype	34,0%	35,5%	2869	2498	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Skypeout	0,2%	0,6%	2869	2498	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Facetime	6,0%	4,8%	2869	2498	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Viber	4,9%	5,4%	2869	2498	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	6,5%	5,1%	2869	2498	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	23,4%	23,9%	2869	2498	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Hangouts	3,8%	4,5%	2869	2498	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Wechat	1,0%	1,2%	2869	2498	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
QQ	0,5%	0,5%	2869	2498	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Line	0,6%	1,0%	2869	2498	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Tango	0,3%	0,3%	2869	2498	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,4%	0,4%	2869	2498	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.

Serviço VoIP mais utilizado

Skype	35,3%	45,6%	1122	1007	2,8 p.p.	3,1 p.p.	Sig.
Skypeout							
Facetime	2,3%	1,7%	1122	1007	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Viber	4,0%	6,7%	1122	1007	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Whatsapp	9,2%	7,0%	1122	1007	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	46,1%	35,1%	1122	1007	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Hangouts	2,3%	2,8%	1122	1007	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,2%	0,1%	1122	1007	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
QQ	0,1%		1122		0,2 p.p.		
Line	0,1%	0,1%	1122	1007	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Tango	0,0%		1122		0,1 p.p.		
Outros	0,3%	0,8%	1122	1007	0,3 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.

Serviços de mensagens instantâneas utilizados

Whatsapp	22,6%	17,1%	2869	2498	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Facebook Messenger	81,4%	71,5%	2869	2498	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Skype	39,7%	42,7%	2869	2498	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Viber	11,2%	11,4%	2869	2498	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Hangouts	10,4%	10,2%	2869	2498	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,8%	1,2%	2869	2498	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Line	0,5%	0,7%	2869	2498	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
QQ	0,1%	0,2%	2869	2498	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Tango	0,1%	0,2%	2869	2498	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	1,2%	1,6%	2869	2498	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nenhum	10,0%	13,9%	2869	2498	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Whatsapp	10,0%	7,4%	1491	1265	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	77,6%	66,7%	1491	1265	2,1 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Skype	7,6%	17,8%	1491	1265	1,3 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Viber	1,9%	3,6%	1491	1265	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Hangouts	2,7%	4,3%	1491	1265	0,8 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Wechat							
Line							
QQ		0,1%		1265		0,1 p.p.	
Tango							
Outros	0,2%	0,2%	1491	1265	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	87,5%	87,5%	2869	2498	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Spotify	21,0%	18,9%	2869	2498	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Vine	3,9%	3,1%	2869	2498	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Vimeo	9,1%	16,2%	2869	2498	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Apple Music	5,3%	4,9%	2869	2498	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
MEO Musica	9,1%	11,8%	2869	2498	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
RTP Play	8,1%	16,5%	2869	2498	1,0 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
MEO Go	8,6%	14,0%	2869	2498	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
TVI Player	11,2%	12,6%	2869	2498	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
SoundCloud	5,9%	7,4%	2869	2498	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Metacafe	0,5%	1,6%	2869	2498	0,3 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
Tidal	0,0%	0,2%	2869	2498	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Rhapsody	0,6%	0,3%	2869	2498	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outro	1,6%	2,9%	2869	2498	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
Nenhum	9,9%	9,0%	2869	2498	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	89,1%	86,4%	1523	1345	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Spotify	5,2%	3,7%	1523	1345	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Vine	0,3%	0,0%	1523	1345	0,3 p.p.	0,1 p.p.	Não Sig.
Vimeo	0,1%	0,4%	1523	1345	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Apple Music	0,6%	0,4%	1523	1345	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
MEO Musica	1,6%	1,2%	1523	1345	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
RTP Play	0,9%	1,2%	1523	1345	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
MEO Go	1,5%	4,3%	1523	1345	0,6 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
TVI Player	0,5%	1,4%	1523	1345	0,3 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
SoundCloud		0,1%		1345		0,2 p.p.	
Metacafe	0,1%		1523		0,1 p.p.		
Tidal							
Rhapsody	0,0%		1523		0,1 p.p.		
Outro	0,2%	0,8%	1523	1345	0,2 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.

Redes sociais utilizadas

Facebook	93,5%	89,4%	2869	2498	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Instagram	36,5%	23,3%	2869	2498	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
LinkedIn	19,8%	22,3%	2869	2498	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Google Plus	16,1%	21,0%	2869	2498	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Twitter	16,0%	17,4%	2869	2498	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Pinterest	16,8%	5,3%	2869	2498	1,4 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Myspace	2,4%	2,6%	2869	2498	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Flirck	1,7%	2,4%	2869	2498	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Tumblr	10,0%	4,2%	2869	2498	1,1 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Outro	0,6%	1,0%	2869	2498	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Nenhum	4,5%	7,7%	2869	2498	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Rede social mais utilizada

Facebook	91,7%	93,1%	1571	1234	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Instagram	3,6%	1,3%	1571	1234	0,9 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
LinkedIn	0,5%	1,2%	1571	1234	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Google Plus	1,0%	2,4%	1571	1234	0,5 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Twitter	1,2%	0,9%	1571	1234	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Pinterest	0,9%	0,1%	1571	1234	0,5 p.p.	0,2 p.p.	Sig.
Myspace							
Flirck	0,0%		1571		0,1 p.p.		
Tumblr	1,1%	0,6%	1571	1234	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Outro	0,0%	0,3%	1571	1234	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dropbox	38,2%	41,2%	2869	2498	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Google Drive	35,2%	42,4%	2869	2498	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
OneDrive	15,5%	21,1%	2869	2498	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
iCloud	11,2%	10,5%	2869	2498	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
MEO Cloud	7,5%	13,7%	2869	2498	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Google Hangouts	3,8%	4,6%	2869	2498	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Office 365	8,3%	8,4%	2869	2498	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Team Viewer	6,4%	9,4%	2869	2498	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Salesfoce	0,2%	0,3%	2869	2498	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outro	1,1%	1,8%	2869	2498	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nenhum	35,6%	29,2%	2869	2498	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	41,5%	37,6%	1102	1078	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Google Drive	24,3%	30,7%	1102	1078	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
OneDrive	13,0%	13,3%	1102	1078	2,0 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
iCloud	6,1%	2,7%	1102	1078	1,4 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
MEO Cloud	7,2%	7,6%	1102	1078	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Google Hangouts	1,6%	1,4%	1102	1078	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Office 365	3,7%	3,1%	1102	1078	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Team Viewer	2,1%	2,3%	1102	1078	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Salesfoce							
Outro	0,6%	1,3%	1102	1078	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	96,7%	94,8%	2869	2498	0,6 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Yahoo	9,2%	9,8%	2869	2498	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Bing	8,6%	14,1%	2869	2498	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Ask	5,5%	4,6%	2869	2498	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Amazon	12,0%	12,5%	2869	2498	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Ebay	22,0%	26,7%	2869	2498	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Groupon	11,7%	6,1%	2869	2498	1,2 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
OLX	48,9%	40,9%	2869	2498	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Wikipedia	38,5%	30,0%	2869	2498	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Sapo	31,3%	30,7%	2869	2498	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Outro	1,3%	1,4%	2869	2498	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nenhum	1,9%	2,7%	2869	2498	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado

Google	92,0%	89,1%	1590	1290	1,3 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Yahoo	0,2%	0,4%	1590	1290	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Bing	0,1%	0,8%	1590	1290	0,2 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
Ask	0,1%		1590		0,1 p.p.		
Amazon	0,4%	0,3%	1590	1290	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Ebay	1,3%	3,7%	1590	1290	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Groupon	0,1%	0,7%	1590	1290	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
OLX	4,1%	3,2%	1590	1290	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Wikipedia	0,4%	0,4%	1590	1290	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Sapo	1,3%	1,0%	1590	1290	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Outro	0,1%	0,3%	1590	1290	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.

No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet

Sim	46,6%	45,9%	2869	2498	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Não	50,0%	51,4%	2869	2498	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
NS/NR	3,4%	2,7%	2869	2498	0,7 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP

Preço	27,9%	32,3%	1122	1007	2,6 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	29,7%	34,2%	1122	1007	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	50,0%	49,5%	1122	1007	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	17,9%	16,1%	1122	1007	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Realização de videochamadas	36,9%	38,9%	1122	1007	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Internet	61,5%	58,1%	1122	1007	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	20,9%	17,9%	1122	1007	2,4 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	42,5%	34,9%	1122	1007	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Outros	1,4%	0,7%	1122	1007	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,5%	1,5%	1122	1007	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas

Preço	26,2%	35,8%	1491	1265	2,2 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	30,5%	36,9%	1491	1265	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	54,4%	52,1%	1491	1265	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	26,9%	29,6%	1491	1265	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	24,0%	25,6%	1491	1265	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	34,9%	23,4%	1491	1265	2,4 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Internet	62,9%	54,7%	1491	1265	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Conselho de amigos	13,7%	15,3%	1491	1265	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	50,6%	45,3%	1491	1265	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Outros	1,6%	1,0%	1491	1265	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,9%	2,4%	1491	1265	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual

Preço	20,7%	28,5%	1523	1345	2,0 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	43,4%	49,0%	1523	1345	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	70,6%	67,1%	1523	1345	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	17,0%	16,0%	1523	1345	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	1,8%	1,5%	1523	1345	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	1,0%	1,1%	1523	1345	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	5,4%	6,2%	1523	1345	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de redes sociais

Qualidade do serviço	25,1%	30,4%	1571	1234	2,1 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	58,1%	52,6%	1571	1234	2,4 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Conselho de amigos	25,8%	29,0%	1571	1234	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	67,9%	69,6%	1571	1234	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	2,1%	0,9%	1571	1234	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
NS/NR	2,6%	2,8%	1571	1234	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Preço	23,3%	33,4%	1102	1078	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Segurança da informação	32,7%	36,0%	1102	1078	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	47,0%	52,2%	1102	1078	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	57,4%	58,6%	1102	1078	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de utilizadores	43,4%	38,9%	1102	1078	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Utilização do serviço em qualquer dispositivo com acesso à Internet	40,2%	46,1%	1102	1078	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	43,8%	38,4%	1102	1078	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Ausência de limitação de tamanho do ficheiro	12,1%	12,0%	1102	1078	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	18,1%	11,9%	1102	1078	2,3 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	8,2%	9,1%	1102	1078	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Outros	0,9%	0,5%	1102	1078	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	2,7%	1,6%	1102	1078	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Qualidade do serviço	59,2%	68,0%	1590	1290	2,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	64,1%	63,6%	1590	1290	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	9,2%	11,8%	1590	1290	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Ausência de limites para o tipo de informação apresentada	31,5%	30,8%	1590	1290	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Rápida resposta ao pedido de informação	63,8%	58,3%	1590	1290	2,4 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Diversas fontes de informação	49,4%	43,0%	1590	1290	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Compras mais eficientes	2,3%	4,0%	1590	1290	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Maior leque de escolha/ oferta	2,8%	3,6%	1590	1290	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Preços reduzidos	2,9%	4,3%	1590	1290	0,8 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Serviços personalizados	0,6%	0,6%	1590	1290	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Comodidade do processo de compra	2,2%	2,4%	1590	1290	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Eliminação de distâncias física	0,8%	1,9%	1590	1290	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Acesso 24 horas por dia	1,9%	1,5%	1590	1290	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	1,5%	0,4%	1590	1290	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
NS/NR	1,1%	1,6%	1590	1290	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal

ChatOn	10,0%	11,9%	2869	2498	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Wasabee	5,0%	5,2%	2869	2498	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Amazon Instant Video	11,0%	13,6%	2869	2498	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
BBC iplayer	7,0%	9,7%	2869	2498	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
HBO Go	8,3%	11,3%	2869	2498	1,0 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Hulu	4,8%	6,8%	2869	2498	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Netflix	34,7%	42,1%	2869	2498	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Sky Go	9,0%	11,7%	2869	2498	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Wuaki TV	1,3%	1,5%	2869	2498	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Pandora	11,3%	15,0%	2869	2498	1,2 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Vevo	30,0%	28,9%	2869	2498	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Uber	30,2%	37,3%	2869	2498	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Nenhum	0,2%	0,0%	2869	2498	0,1 p.p.	0,1 p.p.	Não Sig.
Outro	40,2%	33,8%	2869	2498	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal

ChatOn	33,2%	38,6%	268	292	5,6 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Wasabee	22,4%	39,8%	131	127	7,1 p.p.	8,5 p.p.	Sig.
Amazon Instant Video	43,8%	47,1%	287	352	5,7 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.
BBC iplayer	49,6%	47,8%	208	244	6,8 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.
HBO Go	53,2%	52,1%	261	318	6,1 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Hulu	37,1%	41,3%	156	208	7,6 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
Netflix	72,8%	76,0%	1124	1200	2,6 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Sky Go	38,0%	50,7%	223	262	6,4 p.p.	6,1 p.p.	Sig.
Wuaki TV	16,6%	48,2%	29	38	13,5 p.p.	15,9 p.p.	Sig.
Pandora	38,9%	32,1%	323	391	5,3 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
Vevo	43,7%	46,0%	921	784	3,2 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Uber	38,1%	46,3%	1010	1066	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
Nenhum	22,2%	100,0%	4	1			
Outro	21,5%	17,1%	1796	1756	1,9 p.p.	1,8 p.p.	Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	33,5%	27,1%	1122	1007	2,8 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,9%	33,4%	1122	1007	2,5 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,3%	15,7%	1122	1007	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	12,5%	8,7%	1122	1007	1,9 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	7,1%	9,5%	1122	1007	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	5,6%	4,2%	1122	1007	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,0%	1,4%	1122	1007	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	34,8	34,5	1122	1007	4,7	5,6	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	17,4%	13,6%	1122	1007	2,2 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	28,1%	32,9%	1122	1007	2,6 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,2%	20,6%	1122	1007	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,1%	14,9%	1122	1007	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,3%	12,9%	1122	1007	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,3%	4,3%	1122	1007	1,4 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,7%	0,9%	1122	1007	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	42,1	39,1	1122	1007	4,4	4,8	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	26,3%	20,7%	1122	1007	2,6 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,4%	29,3%	1122	1007	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,9%	14,3%	1122	1007	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	13,2%	15,4%	1122	1007	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,0%	12,9%	1122	1007	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,0%	5,9%	1122	1007	1,4 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,2%	1,5%	1122	1007	0,9 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	46,9	44,1	1122	1007	6,3	5,9	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	21,8%	16,0%	1122	1007	2,4 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,3%	30,1%	1122	1007	2,4 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,2%	15,9%	1122	1007	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,9%	14,8%	1122	1007	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,3%	13,3%	1122	1007	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,2%	8,5%	1122	1007	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,2%	1,3%	1122	1007	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	48,5	49,4	1122	1007	5,3	6,3	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	11,1%	12,1%	1491	1265	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	28,6%	33,8%	1491	1265	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,4%	20,9%	1491	1265	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,2%	13,4%	1491	1265	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	12,6%	10,8%	1491	1265	1,7 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,7%	5,9%	1491	1265	1,6 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,4%	3,2%	1491	1265	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	59,9	51,6	1491	1265	6,1	6,7	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	8,5%	8,0%	1491	1265	1,4 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,0%	30,2%	1491	1265	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,9%	17,2%	1491	1265	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,4%	18,5%	1491	1265	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,2%	14,5%	1491	1265	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,8%	9,2%	1491	1265	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,4%	2,4%	1491	1265	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Média min.	57,9	59,2	1491	1265	5,1	7,0	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	11,5%	10,6%	1491	1265	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,2%	28,7%	1491	1265	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,2%	20,0%	1491	1265	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,1%	15,2%	1491	1265	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,6%	13,4%	1491	1265	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,9%	8,2%	1491	1265	1,6 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,5%	3,8%	1491	1265	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Média min.	74,2	62,4	1491	1265	7,6	7,4	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	11,0%	10,9%	1491	1265	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,4%	25,5%	1491	1265	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,1%	15,6%	1491	1265	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,9%	16,1%	1491	1265	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,6%	18,0%	1491	1265	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,9%	10,4%	1491	1265	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,1%	3,5%	1491	1265	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	73,3	68,5	1491	1265	7,3	7,6	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	21,6%	17,9%	1523	1345	2,1 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,8%	28,1%	1523	1345	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,7%	20,3%	1523	1345	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,3%	15,7%	1523	1345	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	11,7%	10,8%	1523	1345	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	4,9%	5,5%	1523	1345	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,1%	1,7%	1523	1345	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	39,4	43,7	1523	1345	4,0	5,9	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	10,1%	7,9%	1523	1345	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	27,6%	21,2%	1523	1345	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,3%	22,7%	1523	1345	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,7%	21,9%	1523	1345	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,5%	16,3%	1523	1345	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,3%	9,0%	1523	1345	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,6%	1,1%	1523	1345	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Média min.	45,9	55,5	1523	1345	4,1	5,4	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	15,9%	12,1%	1523	1345	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,7%	22,2%	1523	1345	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,0%	21,6%	1523	1345	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,9%	17,4%	1523	1345	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,2%	14,8%	1523	1345	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,5%	9,9%	1523	1345	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,7%	2,0%	1523	1345	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	61,0	58,7	1523	1345	6,6	6,4	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	13,2%	10,7%	1523	1345	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,8%	17,3%	1523	1345	2,1 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,4%	17,9%	1523	1345	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,8%	20,1%	1523	1345	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,1%	19,9%	1523	1345	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,6%	11,7%	1523	1345	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,1%	2,4%	1523	1345	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Média min.	59,8	69,2	1523	1345	5,9	6,9	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de redes sociaisDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	9,7%	11,7%	1571	1234	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	17,6%	23,9%	1571	1234	1,9 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,9%	21,2%	1571	1234	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,5%	17,6%	1571	1234	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	18,6%	15,8%	1571	1234	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	13,7%	7,6%	1571	1234	1,7 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,1%	2,3%	1571	1234	1,2 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Média min.	89,8	56,3	1571	1234	9,1	6,5	Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	7,0%	4,7%	1571	1234	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	12,9%	17,8%	1571	1234	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,0%	20,7%	1571	1234	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,9%	22,7%	1571	1234	1,9 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	25,9%	19,4%	1571	1234	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	16,2%	12,5%	1571	1234	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,0%	2,3%	1571	1234	1,0 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Média min.	90,4	71,6	1571	1234	7,9	6,9	Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	8,6%	8,5%	1571	1234	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	14,6%	20,7%	1571	1234	1,7 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,9%	19,9%	1571	1234	1,8 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,5%	18,0%	1571	1234	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	20,7%	18,5%	1571	1234	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	15,7%	11,2%	1571	1234	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	7,1%	3,2%	1571	1234	1,3 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Média min.	100,5	70,7	1571	1234	9,2	7,4	Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	9,3%	6,4%	1571	1234	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	13,6%	17,0%	1571	1234	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	13,0%	17,2%	1571	1234	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,7%	17,2%	1571	1234	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	22,3%	25,2%	1571	1234	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	18,0%	13,4%	1571	1234	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,2%	3,7%	1571	1234	1,2 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Média min.	101,5	82,7	1571	1234	9,8	7,6	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	19,3%	19,1%	1102	1078	2,3 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	46,0%	40,7%	1102	1078	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,4%	19,5%	1102	1078	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,8%	8,9%	1102	1078	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	6,4%	8,5%	1102	1078	1,4 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	2,0%	2,2%	1102	1078	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,1%	1,1%	1102	1078	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	27,0	29,3	1102	1078	4,8	4,3	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	24,4%	13,0%	1102	1078	2,5 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	42,9%	44,8%	1102	1078	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,0%	18,4%	1102	1078	2,1 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,2%	13,2%	1102	1078	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	5,4%	8,2%	1102	1078	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	2,7%	1,6%	1102	1078	0,9 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,5%	0,9%	1102	1078	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	24,0	28,9	1102	1078	5,1	4,3	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	30,1%	22,0%	1102	1078	2,7 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	36,8%	39,6%	1102	1078	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,8%	17,4%	1102	1078	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	7,9%	9,8%	1102	1078	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	5,2%	7,9%	1102	1078	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	2,7%	2,4%	1102	1078	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,6%	0,9%	1102	1078	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	23,6	28,2	1102	1078	5,1	4,4	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	31,1%	21,4%	1102	1078	2,7 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	35,6%	37,7%	1102	1078	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,5%	16,8%	1102	1078	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,4%	12,7%	1102	1078	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,8%	7,5%	1102	1078	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	3,7%	3,1%	1102	1078	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,9%	0,7%	1102	1078	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Média min.	27,2	29,4	1102	1078	5,9	4,2	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	9,9%	6,7%	1590	1290	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	21,2%	22,1%	1590	1290	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	22,4%	21,8%	1590	1290	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,2%	20,0%	1590	1290	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,8%	17,8%	1590	1290	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,7%	9,6%	1590	1290	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,8%	2,0%	1590	1290	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Média min.	67,0	61,9	1590	1290	7,1	6,0	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	6,6%	5,2%	1590	1290	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,7%	19,7%	1590	1290	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,9%	21,0%	1590	1290	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	21,0%	19,0%	1590	1290	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,6%	21,8%	1590	1290	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,9%	11,9%	1590	1290	1,3 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,4%	1,3%	1590	1290	0,8 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	59,2	66,4	1590	1290	6,5	6,0	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	9,9%	8,8%	1590	1290	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,6%	21,6%	1590	1290	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	24,3%	20,8%	1590	1290	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,2%	17,5%	1590	1290	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,0%	18,6%	1590	1290	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,1%	9,3%	1590	1290	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	3,3%	1590	1290	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	58,7	67,7	1590	1290	6,5	7,6	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	11,5%	6,1%	1590	1290	1,6 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,0%	20,6%	1590	1290	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,7%	19,0%	1590	1290	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,8%	15,5%	1590	1290	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,5%	22,8%	1590	1290	1,9 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,5%	13,1%	1590	1290	1,2 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,9%	2,9%	1590	1290	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Média min.	63,4	75,6	1590	1290	7,6	7,4	Não Sig.

Serviços VoIP pagos e gratuitos

SKYPE - pago	3,0%	5,0%	775	748	1,2 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	94,4%	92,8%	775	748	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	2,6%	2,1%	775	748	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - pago	32,2%	41,0%	14	25	24,5 p.p.	19,3 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - gratuito	65,5%	43,3%	14	25	24,9 p.p.	19,4 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - NS/NR	2,3%	15,6%	14	25	7,8 p.p.	14,2 p.p.	Não Sig.
FACETIME - pago	4,9%	6,0%	146	127	3,5 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
FACETIME - gratuito	83,5%	87,2%	146	127	6,0 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
FACETIME - NS/NR	11,6%	6,8%	146	127	5,2 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.
VIBER - pago	1,5%	2,9%	235	264	1,5 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
VIBER - gratuito	92,6%	92,4%	235	264	3,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	5,9%	4,8%	235	264	3,0 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - pago	5,7%	4,0%	306	259	2,6 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - gratuito	87,0%	91,8%	306	259	3,8 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	7,3%	4,2%	306	259	2,9 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,6%	1,5%	764	607	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	92,9%	95,8%	764	607	1,8 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	4,5%	2,7%	764	607	1,5 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	3,8%	4,5%	166	165	2,9 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - gratuito	79,4%	90,1%	166	165	6,2 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	16,9%	5,4%	166	165	5,7 p.p.	3,5 p.p.	Sig.
WECHAT - pago	23,6%	11,4%	24	39	17,0 p.p.	10,0 p.p.	Não Sig.
WECHAT - gratuito	63,9%	65,6%	24	39	19,2 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	12,5%	22,9%	24	39	13,2 p.p.	13,2 p.p.	Não Sig.
QQ - pago	12,4%	17,5%	16	22	16,1 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
QQ - gratuito	83,5%	58,3%	16	22	18,2 p.p.	20,6 p.p.	Não Sig.
QQ - NS/NR	4,2%	24,2%	16	22	9,8 p.p.	17,9 p.p.	Não Sig.
LINE - pago	9,1%	15,2%	23	31	11,7 p.p.	12,6 p.p.	Não Sig.
LINE - gratuito	77,6%	57,2%	23	31	17,0 p.p.	17,4 p.p.	Não Sig.
LINE - NS/NR	13,3%	27,6%	23	31	13,9 p.p.	15,7 p.p.	Não Sig.
TANGO - pago	25,6%	28,6%	12	11	24,7 p.p.	26,7 p.p.	Não Sig.
TANGO - gratuito	42,1%	60,6%	12	11	27,9 p.p.	28,9 p.p.	Não Sig.
TANGO - NS/NR	32,3%	10,8%	12	11	26,5 p.p.	18,3 p.p.	Não Sig.
OUTRO - pago	34,0%	21,1%	16	25	23,2 p.p.	16,0 p.p.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	53,1%	78,9%	16	25	24,4 p.p.	16,0 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	12,9%		16		16,4 p.p.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	5,1%	7,3%	1046	945	1,3 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Não	71,4%	72,4%	1046	945	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	23,5%	20,3%	1046	945	2,6 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

média	8,4	9,8	52	61	2,3	6,2	Não Sig.
-------	-----	-----	----	----	-----	-----	----------

Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos

WHATSAPP - pago	4,0%	4,0%	444	321	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - gratuito	93,3%	90,7%	444	321	2,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	2,7%	5,3%	444	321	1,5 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,1%	2,6%	1343	1020	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	93,5%	93,8%	1343	1020	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	4,4%	3,6%	1343	1020	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
SKYPE - pago	2,2%	4,7%	590	643	1,2 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	96,0%	92,6%	590	643	1,6 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	1,8%	2,7%	590	643	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
VIBER - pago	2,3%	2,1%	198	188	2,1 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
VIBER - gratuito	90,9%	92,9%	198	188	4,0 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	6,8%	5,0%	198	188	3,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	0,8%	3,3%	206	190	1,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - gratuito	93,8%	94,6%	206	190	3,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	5,4%	2,1%	206	190	3,1 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
WECHAT - pago		14,0%		12		19,6 p.p.	
WECHAT - gratuito	96,3%	66,3%	10	12	11,7 p.p.	26,7 p.p.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	3,7%	19,7%	10	12	11,7 p.p.	22,5 p.p.	Não Sig.
LINE - pago		14,7%		10			
LINE - gratuito	100,0%	85,3%	6	10			
LINE - NS/NR							
QQ - pago		44,3%		5			
QQ - gratuito	100,0%	55,7%	1	5			
QQ - NS/NR							
TANGO - pago		38,0%		5			
TANGO - gratuito	100,0%	62,0%	3	5			
TANGO - NS/NR							
OUTRO - pago		10,3%		20		13,3 p.p.	
OUTRO - gratuito	97,5%	86,6%	17	20	7,4 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	2,5%	3,1%	17	20	7,4 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	3,8%	5,5%	1407	1205	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Não	73,3%	72,2%	1407	1205	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	23,0%	22,3%	1407	1205	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

média	5,2	8,0	50	65	0,9	5,6	Não Sig.
-------	-----	-----	----	----	-----	-----	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de audiovisual pagos e gratuitos

YOUTUBE - pago	1,5%	1,0%	1485	1299	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - gratuito	96,2%	97,3%	1485	1299	1,0 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	2,3%	1,7%	1485	1299	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - pago	8,8%	9,9%	369	301	2,9 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - gratuito	89,9%	89,8%	369	301	3,1 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR	1,4%	0,3%	369	301	1,2 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
VINE - pago		4,3%		51		5,5 p.p.	
VINE - gratuito	92,4%	94,8%	61	51	6,6 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.
VINE - NS/NR	7,6%	0,9%	61	51	6,6 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
VIMEO - pago		1,9%		250		1,7 p.p.	
VIMEO - gratuito	92,5%	94,9%	171	250	3,9 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	7,5%	3,2%	171	250	3,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - pago	9,7%	22,6%	76	54	6,7 p.p.	11,2 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - gratuito	67,9%	54,5%	76	54	10,5 p.p.	13,3 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	22,4%	22,9%	76	54	9,4 p.p.	11,2 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - pago	13,7%	23,6%	126	160	6,0 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - gratuito	74,2%	68,2%	126	160	7,6 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	12,1%	8,1%	126	160	5,7 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - pago	0,5%	2,1%	121	253	1,3 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - gratuito	87,0%	93,6%	121	253	6,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	12,5%	4,3%	121	253	5,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
MEO GO - pago	14,8%	16,7%	117	184	6,4 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
MEO GO - gratuito	67,4%	77,8%	117	184	8,5 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	17,8%	5,5%	117	184	6,9 p.p.	3,3 p.p.	Sig.
TVI PLAYER - pago	0,6%	1,9%	130	151	1,3 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - gratuito	91,2%	93,3%	130	151	4,9 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	8,3%	4,8%	130	151	4,7 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - pago	4,4%	3,9%	96	116	4,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - gratuito	80,5%	93,8%	96	116	7,9 p.p.	4,4 p.p.	Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	15,2%	2,3%	96	116	7,2 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
METACAFE - pago		7,8%		30		9,6 p.p.	
METACAFE - gratuito	74,1%	92,2%	11	30	25,9 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.
METACAFE - NS/NR	25,9%		11		25,9 p.p.		
TIDAL - pago		100,0%		2			
TIDAL - gratuito	47,0%		2				
TIDAL - NS/NR	53,0%		2				
RHAPSODY - pago		42,4%		4			
RHAPSODY - gratuito	12,3%	26,1%	5	4			
RHAPSODY - NS/NR	87,7%	31,5%	5	4			
OUTRO - pago	14,5%	15,6%	24	52	14,1 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	85,5%	84,4%	24	52	14,1 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR							
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado							
Sim	6,7%	8,5%	1448	1292	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Não	71,2%	65,4%	1448	1292	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
NS/NR	22,1%	26,2%	1448	1292	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado							
média	5,8	8,7	86	83	1,2	3,8	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Redes sociais pagas e gratuitas

FACEBOOK - pago	1,5%	2,0%	1532	1190	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - gratuito	96,2%	96,9%	1532	1190	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - NS/NR	2,3%	1,1%	1532	1190	0,7 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - pago	1,3%	1,7%	579	275	0,9 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - gratuito	95,8%	94,4%	579	275	1,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	2,9%	3,8%	579	275	1,4 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - pago	0,6%	2,1%	424	353	0,7 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - gratuito	96,6%	95,8%	424	353	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR	2,8%	2,1%	424	353	1,6 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - pago	1,1%	2,0%	238	235	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - gratuito	85,5%	94,9%	238	235	4,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	13,3%	3,1%	238	235	4,3 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
TWITTER - pago	0,3%	1,7%	230	204	0,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
TWITTER - gratuito	96,1%	95,8%	230	204	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	3,5%	2,5%	230	204	2,4 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - pago	1,8%	1,7%	322	62	1,4 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - gratuito	95,3%	94,6%	322	62	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	2,9%	3,7%	322	62	1,8 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
MYSAPCE - pago		1,1%		22		4,3 p.p.	
MYSAPCE - gratuito	96,4%	98,9%	36	22	6,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
MYSAPCE - NS/NR	3,6%		36		6,1 p.p.		
FLIRCK - pago		2,8%		26		6,3 p.p.	
FLIRCK - gratuito	98,0%	97,2%	30	26	5,0 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.
FLIRCK - NS/NR	2,0%		30		5,0 p.p.		
TUMBLR - pago	2,7%	0,6%	141	47	2,7 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - gratuito	95,1%	98,7%	141	47	3,6 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR	2,2%	0,6%	141	47	2,4 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
OUTRO - pago		12,1%		15		16,5 p.p.	
OUTRO - gratuito	100,0%	87,9%	8	15	0,0 p.p.	16,5 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR							

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

Sim	4,9%	5,4%	1515	1198	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Não	71,5%	73,1%	1515	1198	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	23,6%	21,5%	1515	1198	2,1 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

média	4,8	10,2	72	54	0,9	5,7	Não Sig.
-------	-----	------	----	----	-----	-----	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos

DROPBOX - pago	0,9%	1,8%	690	703	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - gratuito	95,3%	97,1%	690	703	1,6 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	3,7%	1,1%	690	703	1,4 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
GOOGLE DRIVE - pago	1,0%	1,8%	585	636	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - gratuito	91,4%	95,9%	585	636	2,3 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	7,6%	2,3%	585	636	2,2 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
ONEDRIVE - pago	3,0%	1,4%	275	276	2,0 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - gratuito	91,5%	95,7%	275	276	3,3 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	5,5%	2,9%	275	276	2,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - pago	3,3%	4,1%	181	157	2,6 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - gratuito	91,1%	89,8%	181	157	4,2 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	5,7%	6,0%	181	157	3,4 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - pago	4,0%	3,9%	125	195	3,4 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - gratuito	89,8%	95,5%	125	195	5,3 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	6,1%	0,6%	125	195	4,2 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
GOOGLE HANGOUTS - pago	3,3%	3,3%	73	73		4,1 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	94,6%	89,3%	75	73	5,1 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	5,4%	7,4%	75	73	5,1 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - pago	12,8%	20,9%	137	130	5,6 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - gratuito	83,2%	72,9%	137	130	6,3 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	4,0%	6,3%	137	130	3,3 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - pago	0,1%	3,0%	95	146	0,7 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - gratuito	92,5%	96,7%	95	146	5,3 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	7,4%	0,3%	95	146	5,3 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
SALESFORCE - pago		7,2%		7			
SALESFORCE - gratuito	86,3%	92,8%	3	7			
SALESFORCE - NS/NR	13,7%		3				
OUTRO - pago		10,9%		33		10,6 p.p.	
OUTRO - gratuito	94,6%	89,1%	16	33	11,0 p.p.	10,6 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	5,4%		16		11,0 p.p.		

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	6,5%	9,6%	1033	1031	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Não	67,1%	65,3%	1033	1031	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	26,4%	25,1%	1033	1031	2,7 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

média	7,4	8,8	61	87	1,2	4,4	Não Sig.
-------	-----	-----	----	----	-----	-----	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
SKYPE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	24,2%	28,6%	299	296	4,9 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	48,4%	51,2%	299	296	5,7 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	27,4%	20,3%	299	296	5,1 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	6,9%	36,9%	11	18	15,0 p.p.	22,3 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratuito	75,5%	56,6%	11	18	25,4 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - NS/NR	17,6%	6,5%	11	18	22,5 p.p.	11,4 p.p.	Não Sig.
FACETIME - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	20,7%	19,4%	80	62	8,9 p.p.	9,8 p.p.	Não Sig.
FACETIME - tráfego de dados não gratuito	50,8%	66,9%	80	62	11,0 p.p.	11,7 p.p.	Não Sig.
FACETIME - NS/NR	28,5%	13,7%	80	62	9,9 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	26,7%	19,1%	103	136	8,5 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	54,2%	60,4%	103	136	9,6 p.p.	8,2 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	19,2%	20,5%	103	136	7,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	23,8%	27,0%	191	164	6,0 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	59,1%	55,7%	191	164	7,0 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	17,0%	17,3%	191	164	5,3 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	27,1%	27,5%	321	271	4,9 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	47,8%	56,8%	321	271	5,5 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	25,1%	15,8%	321	271	4,7 p.p.	4,3 p.p.	Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	28,0%	32,5%	82	73	9,7 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	36,8%	52,3%	82	73	10,4 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	35,2%	15,2%	82	73	10,3 p.p.	8,2 p.p.	Sig.
WECHAT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	59,9%	32,4%	13	24	26,6 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	33,3%	41,3%	13	24	25,6 p.p.	19,7 p.p.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	6,9%	26,3%	13	24	13,7 p.p.	17,6 p.p.	Não Sig.
QQ - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	51,9%	22,7%	11	13	29,5 p.p.	22,8 p.p.	Não Sig.
QQ - tráfego de dados não gratuito	44,4%	32,6%	11	13	29,4 p.p.	25,5 p.p.	Não Sig.
QQ - NS/NR	3,7%	44,7%	11	13	11,1 p.p.	27,0 p.p.	Sig.
LINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	42,0%	21,6%	13	20	26,8 p.p.	18,0 p.p.	Não Sig.
LINE - tráfego de dados não gratuito	54,5%	37,9%	13	20	27,1 p.p.	21,3 p.p.	Não Sig.
LINE - NS/NR	3,5%	40,4%	13	20	10,0 p.p.	21,5 p.p.	Sig.
TANGO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	30,0%	71,5%	11	9	27,1 p.p.	29,5 p.p.	Não Sig.
TANGO - tráfego de dados não gratuito	45,8%	15,5%	11	9	29,4 p.p.	23,6 p.p.	Não Sig.
TANGO - NS/NR	24,2%	13,1%	11	9	25,3 p.p.	22,0 p.p.	Não Sig.
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	8,5%	14,5%	8	7			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	79,9%	77,9%	8	7			
OUTRO - NS/NR	11,6%	7,6%	8	7			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	26,3%	30,7%	313	213	4,9 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	62,5%	53,2%	313	213	5,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	11,3%	16,1%	313	213	3,5 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados gratuito	27,9%	33,0%	527	443	3,8 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	51,8%	49,0%	527	443	4,3 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	20,3%	18,0%	527	443	3,4 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	28,1%	39,1%	210	262	6,1 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	53,6%	45,7%	210	262	6,7 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	18,3%	15,2%	210	262	5,2 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados gratuito	26,6%	21,8%	95	108	8,9 p.p.	7,8 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	57,7%	58,7%	95	108	9,9 p.p.	9,3 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	15,6%	19,5%	95	108	7,3 p.p.	7,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	24,4%	32,3%	99	86	8,5 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	56,3%	54,9%	99	86	9,8 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	19,3%	12,8%	99	86	7,8 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados gratuito	51,1%	39,9%	6	8			
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	25,3%	50,1%	6	8			
WECHAT - NS/NR	23,7%	10,0%	6	8			
LINE - tráfego de dados gratuito		17,3%		8			
LINE - tráfego de dados não gratuito	73,2%	27,5%	4	8			
LINE - NS/NR	26,8%	55,2%	4	8			
QQ - tráfego de dados gratuito		72,9%		3			
QQ - tráfego de dados não gratuito		27,1%		3			
QQ - NS/NR	100,0%		1				
TANGO - tráfego de dados gratuito		93,4%		5			
TANGO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	6,6%	3	5			
TANGO - NS/NR							
OUTRO - tráfego de dados gratuito	9,6%	21,1%	12	14	16,7 p.p.	21,4 p.p.	Não Sig.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	66,1%	78,9%	12	14	26,8 p.p.	21,4 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	24,3%		12		24,3 p.p.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	20,4%	23,4%	546	526	3,4 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuito	64,7%	62,1%	546	526	4,0 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	14,9%	14,5%	546	526	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	14,9%	31,0%	157	132	5,6 p.p.	7,9 p.p.	Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	77,6%	63,0%	157	132	6,5 p.p.	8,2 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR	7,5%	5,9%	157	132	4,1 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
VINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	7,8%	26,5%	27	23	10,1 p.p.	18,0 p.p.	Não Sig.
VINE - tráfego de dados não gratuito	79,3%	71,3%	27	23	15,3 p.p.	18,5 p.p.	Não Sig.
VINE - NS/NR	13,0%	2,2%	27	23	12,7 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	2,7%	21,0%	57	96	4,2 p.p.	8,1 p.p.	Sig.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	67,1%	70,0%	57	96	12,2 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	30,2%	9,0%	57	96	11,9 p.p.	5,7 p.p.	Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	33,1%	57,8%	27	27	17,8 p.p.	18,6 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gratuito	30,2%	26,7%	27	27	17,3 p.p.	16,7 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	36,7%	15,6%	27	27	18,2 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	60,1%	67,4%	68	91	11,6 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gratuito	28,7%	23,8%	68	91	10,8 p.p.	8,8 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	11,2%	8,8%	68	91	7,5 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	25,4%	24,1%	39	102	13,7 p.p.	8,3 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuito	57,7%	59,9%	39	102	15,5 p.p.	9,5 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	16,9%	16,0%	39	102	11,8 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	46,4%	52,7%	58	90	12,8 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito	40,2%	38,8%	58	90	12,6 p.p.	10,1 p.p.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	13,4%	8,5%	58	90	8,8 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	20,6%	33,4%	54	73	10,8 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratuito	53,4%	45,5%	54	73	13,3 p.p.	11,4 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	26,1%	21,1%	54	73	11,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,5%	23,6%	35	52	11,3 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gratuito	55,4%	69,4%	35	52	16,5 p.p.	12,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	31,1%	7,0%	35	52	15,3 p.p.	6,9 p.p.	Sig.
METACAFE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	40,0%	25,6%	6	10			
METACAFE - tráfego de dados não gratuito	37,5%	74,4%	6	10			
METACAFE - NS/NR	22,5%		6				
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		100,0%		1			
TIDAL - tráfego de dados não gratuito	47,0%		2				
TIDAL - NS/NR	53,0%		2				
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		83,1%		3			
RHAPSODY - tráfego de dados não gratuito	46,3%	16,9%	4	3			
RHAPSODY - NS/NR	53,7%		4				
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	5,2%	15,7%	9	25	14,5 p.p.	14,3 p.p.	Não Sig.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	75,8%	82,8%	9	25	28,0 p.p.	14,8 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	19,0%	1,4%	9	25	25,6 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Redes sociais de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
FACEBOOK - tráfego de dados gratuito	26,6%	30,7%	583	432	3,6 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - tráfego de dados não gratuito	61,1%	56,9%	583	432	4,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - NS/NR	12,3%	12,4%	583	432	2,7 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - tráfego de dados gratuito	23,9%	37,6%	304	127	4,8 p.p.	8,4 p.p.	Sig.
INSTAGRAM - tráfego de dados não gratuito	67,2%	60,6%	304	127	5,3 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	8,8%	1,9%	304	127	3,2 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
LINKEDIN - tráfego de dados gratuito	21,5%	28,7%	155	122	6,5 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - tráfego de dados não gratuito	56,2%	63,6%	155	122	7,8 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR	22,2%	7,7%	155	122	6,5 p.p.	4,7 p.p.	Sig.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados gratuito	35,0%	33,5%	103	83	9,2 p.p.	10,2 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados não gratuito	47,2%	49,4%	103	83	9,6 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	17,8%	17,1%	103	83	7,4 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.
TWITTER - tráfego de dados gratuito	13,8%	47,4%	101	77	6,7 p.p.	11,2 p.p.	Sig.
TWITTER - tráfego de dados não gratuito	69,9%	46,3%	101	77	8,9 p.p.	11,1 p.p.	Sig.
TWITTER - NS/NR	16,3%	6,3%	101	77	7,2 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - tráfego de dados gratuito	23,5%	27,9%	125	27	7,4 p.p.	16,9 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - tráfego de dados não gratuito	66,7%	68,2%	125	27	8,3 p.p.	17,6 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	9,8%	3,9%	125	27	5,2 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.
MYSAPCE - tráfego de dados gratuito	26,5%	82,0%	17	8	21,0 p.p.	26,6 p.p.	Sig.
MYSAPCE - tráfego de dados não gratuito	70,0%	10,2%	17	8	21,8 p.p.	21,0 p.p.	Sig.
MYSAPCE - NS/NR	3,6%	7,8%	17	8	8,8 p.p.	18,6 p.p.	Não Sig.
FLIRCK - tráfego de dados gratuito		69,9%		7		34,0 p.p.	
FLIRCK - tráfego de dados não gratuito	89,2%	30,1%	13	7	16,9 p.p.	34,0 p.p.	Sig.
FLIRCK - NS/NR	10,8%		13		16,9 p.p.		
TUMBLR - tráfego de dados gratuito	8,3%	24,9%	49	16	7,7 p.p.	21,2 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - tráfego de dados não gratuito	83,1%	62,5%	49	16	10,5 p.p.	23,7 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR	8,6%	12,6%	49	16	7,8 p.p.	16,3 p.p.	Não Sig.
OUTRO - tráfego de dados gratuito		22,4%		5			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	68,2%	77,6%	4	5			
OUTRO - NS/NR	31,8%		4				

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino



Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

DROPBOX - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	22,4%	21,4%	269	307	5,0 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - tráfego de dados não gratuito	59,5%	61,8%	269	307	5,9 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	18,1%	16,9%	269	307	4,6 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	21,0%	22,5%	201	268	5,6 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não gratuito	63,8%	62,7%	201	268	6,6 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	15,2%	14,9%	201	268	5,0 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	17,6%	29,2%	104	128	7,3 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratuito	62,5%	57,3%	104	128	9,3 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	19,8%	13,5%	104	128	7,7 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	33,7%	21,4%	89	82	9,8 p.p.	8,9 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	46,7%	48,6%	89	82	10,4 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	19,6%	30,0%	89	82	8,2 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	30,6%	40,5%	47	99	13,2 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados não gratuito	41,6%	45,8%	47	99	14,1 p.p.	9,8 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	27,8%	13,6%	47	99	12,8 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	9,6%	15,8%	30	27	10,5 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	70,4%	76,0%	30	27	16,3 p.p.	16,1 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	20,0%	8,2%	30	27	14,3 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	20,0%	33,6%	61	57	10,0 p.p.	12,3 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratuito	51,8%	44,6%	61	57	12,5 p.p.	12,9 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	28,3%	21,8%	61	57	11,3 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,2%	18,9%	36	63	11,1 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gratuito	35,3%	66,9%	36	63	15,6 p.p.	11,6 p.p.	Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	51,5%	14,2%	36	63	16,3 p.p.	8,6 p.p.	Sig.
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		39,7%		4			
SALESFORCE - tráfego de dados não gratuito	100,0%	47,2%	1	4			
SALESFORCE - NS/NR		13,1%		4			
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		28,0%		14		23,5 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	81,2%	67,9%	6	14	31,2 p.p.	24,5 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	18,8%	4,1%	6	14	31,2 p.p.	10,4 p.p.	Não Sig.

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

MEO	7,5	7,5	1060	916	0,2	0,2	Não Sig.
NOS	7,7	7,7	934	851	0,1	0,2	Não Sig.
Vodafone	8,4	8,2	474	399	0,2	0,2	Não Sig.
Cabovisão	7,1	7,3	143	108	0,5	0,5	Não Sig.
Outro	8,4	6,8	3	5			

Satisfação com o operador de Internet móvel

MEO	7,4	7,5	417	425	0,2	0,2	Não Sig.
NOS	7,9	7,4	268	295	0,3	0,3	Não Sig.
Vodafone	7,8	7,8	333	223	0,3	0,3	Não Sig.
Moche	7,1	8,0	15	13	1,6	1,2	Não Sig.
Yorn	7,3	7,8	43	29	0,8	0,6	Não Sig.
Lycamobile		5,2		2			
Continent Mobile	6,0		1				
UZO		6,6		4			
Phone-ix							
Outro	9,0	7,6	12	16	0,9	1,5	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa

Adequação dos tarifários	48,0%	46,8%	982	791	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	29,1%	39,1%	982	791	2,8 p.p.	3,4 p.p.	Sig.
Assistência/ Apoio técnico	46,6%	47,0%	982	791	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Atendimento	36,2%	39,7%	982	791	3,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	25,1%	26,3%	982	791	2,7 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	72,5%	72,7%	982	791	2,8 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Credibilidade	26,2%	37,6%	982	791	2,8 p.p.	3,4 p.p.	Sig.
Cumprimento condições/ promoções	36,9%	37,7%	982	791	3,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	13,1%	21,2%	982	791	2,1 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	21,1%	30,5%	982	791	2,6 p.p.	3,2 p.p.	Sig.
Preços	52,9%	48,8%	982	791	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Proximidade aos clientes	14,8%	17,4%	982	791	2,2 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	42,9%	47,0%	982	791	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	43,2%	47,1%	982	791	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Outros	0,4%	0,4%	982	791	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,4%	0,3%	982	791	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa

Preços/ Mensalidade/ Promoções	53,9%	56,4%	323	298	5,4 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Credibilidade do operador	11,3%	17,0%	323	298	3,5 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	60,3%	62,5%	323	298	5,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturação/ Instalação	34,2%	38,9%	323	298	5,2 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	52,6%	49,0%	323	298	5,4 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	36,5%	41,3%	323	298	5,2 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falta de informação	20,7%	20,9%	323	298	4,4 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	20,2%	25,2%	323	298	4,4 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.
Preço de chamdas de apoio ao cliente	24,2%	33,3%	323	298	4,7 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	30,3%	26,7%	323	298	5,0 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,1%	323	298	0,8 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,6%	0,8%	323	298	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.

Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel

Adequação dos tarifários	68,0%	62,3%	376	308	4,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	36,0%	45,8%	376	308	4,8 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Assistência/ Apoio técnico	34,0%	39,9%	376	308	4,8 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Atendimento	37,7%	37,1%	376	308	4,9 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	31,6%	29,4%	376	308	4,7 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	67,9%	77,2%	376	308	4,7 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
Credibilidade	27,9%	44,9%	376	308	4,5 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Cumprimento condições/ promoções	39,6%	38,5%	376	308	4,9 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	16,8%	28,3%	376	308	3,8 p.p.	5,0 p.p.	Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	25,7%	34,9%	376	308	4,4 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Preços	62,4%	50,0%	376	308	4,9 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Proximidade aos clientes	18,2%	22,0%	376	308	3,9 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	34,0%	50,9%	376	308	4,8 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Relação qualidade/preço	43,0%	45,4%	376	308	5,0 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,5%	376	308	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,1%	1,0%	376	308	0,3 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel

Preços/ Mensalidade/ Promoções	76,9%	57,7%	135	130	7,1 p.p.	8,5 p.p.	Sig.
Credibilidade do operador	13,9%	13,9%	135	130	5,8 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	38,5%	48,9%	135	130	8,2 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturação/ Instalação	15,7%	20,0%	135	130	6,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	41,2%	53,4%	135	130	8,3 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	31,8%	36,4%	135	130	7,9 p.p.	8,3 p.p.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falta de informação	26,7%	15,9%	135	130	7,5 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	23,3%	13,7%	135	130	7,1 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
Preço de chamadas de apoio ao cliente	23,0%	31,5%	135	130	7,1 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	37,6%	18,2%	135	130	8,2 p.p.	6,6 p.p.	Sig.
Outros	1,5%	2,0%	135	130	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,2%	1,8%	135	130	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.

Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado**Voz:**

1 - 5	6,7%	9,7%	931	849	1,6 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	61,0%	62,5%	931	849	3,1 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10	32,3%	27,8%	931	849	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
média	7,8	7,6	955	864	0,1	0,1	Não Sig.

Vídeo:

1 - 5	8,1%	6,5%	749	701	2,0 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
6 - 8	66,4%	66,4%	749	701	3,4 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
9 - 10	25,5%	27,1%	749	701	3,1 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
média	7,5	7,7	759	708	0,1	0,1	Não Sig.

Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

1 - 5	2,2%	4,0%	1491	1265	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
6 - 8	44,0%	51,5%	1491	1265	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
9 - 10	53,6%	43,9%	1491	1265	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
média	8,4	8,2	1491	1265	0,1	0,1	Sig.

Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

1 - 5	3,6%	3,5%	1523	1345	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	48,4%	50,9%	1523	1345	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
9 - 10	47,8%	45,2%	1523	1345	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
média	8,3	8,2	1523	1345	0,1	0,1	Não Sig.

Satisfação com a rede social mais utilizada

1 - 5	4,4%	6,6%	1571	1234	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
6 - 8	53,3%	60,9%	1571	1234	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
9 - 10	42,3%	32,1%	1571	1234	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
média	8,1	7,7	1571	1234	0,1	0,1	Sig.

Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

1 - 5	3,4%	2,6%	1102	1078	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	50,1%	52,9%	1102	1078	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
9 - 10	45,9%	43,6%	1102	1078	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
média	8,2	8,3	1102	1078	0,1	0,1	Não Sig.

Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

1 - 5	0,8%	1,9%	1590	1290	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
6 - 8	30,6%	37,0%	1590	1290	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
9 - 10	68,5%	61,0%	1590	1290	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
média	8,8	8,7	1590	1290	0,1	0,1	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado

Voz:

Quebras de ligação	58,2%	52,1%	67	84	11,8 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	9,9%	12,2%	67	84	7,2 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	8,7%	3,7%	67	84	6,7 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação	1,3%	1,9%	67	84	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Outros motivos	18,3%	10,5%	67	84	9,3 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.
NS/NR	10,5%	24,5%	67	84	7,3 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.

Vídeo:

Quebras de ligação	60,1%	50,5%	60	54	12,4 p.p.	13,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	39,6%	16,5%	60	54	12,4 p.p.	9,9 p.p.	Sig.
Delay na transmissão de dados	10,0%	9,0%	60	54	7,6 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação		1,5%		54		3,3 p.p.	
Outros motivos	0,7%	5,0%	60	54	2,1 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
NS/NR	10,1%	23,3%	60	54	7,6 p.p.	11,3 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Quebras de ligação	45,9%	24,7%	37	49	16,1 p.p.	12,1 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	3,0%	4,4%	37	49	5,5 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	10,4%	3,7%	37	49	9,8 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Poucas funcionalidades	3,7%	4,4%	37	49	6,1 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação	2,6%	2,9%	37	49	5,1 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
Outros motivos	27,8%	20,9%	37	49	14,4 p.p.	11,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	14,6%	40,5%	37	49	11,4 p.p.	13,7 p.p.	Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

Quebras de ligação	34,2%	25,2%	62	48	11,8 p.p.	12,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	8,6%	11,3%	62	48	7,0 p.p.	9,0 p.p.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	27,4%	18,4%	62	48	11,1 p.p.	11,0 p.p.	Não Sig.
Pouco espaço de armazenamento	2,0%		62		3,5 p.p.		
Tamanho/ peso da aplicação	0,9%	1,1%	62	48	2,4 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Outros motivos	6,8%	7,3%	62	48	6,3 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	26,5%	42,2%	62	48	11,0 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada

Quebras de ligação	12,4%	11,9%	76	91	7,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	3,8%	6,6%	76	91	4,3 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	21,7%	9,8%	76	91	9,3 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.
Política de privacidade	15,7%	32,1%	76	91	8,2 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.
Utilização do serviço por parte de outros utilizadores	4,0%	16,8%	76	91	4,4 p.p.	7,7 p.p.	Sig.
Outros motivos	8,7%	3,7%	76	91	6,3 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	37,3%	33,8%	76	91	10,9 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Quebras de ligação	14,3%	21,6%	36	28	11,4 p.p.	15,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	5,9%	2,1%	36	28	7,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
Política de privacidade	12,0%	1,2%	36	28	10,6 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
Capacidade de armazenamento	17,9%	8,2%	36	28	12,5 p.p.	10,2 p.p.	Não Sig.
Outros motivos	25,8%	23,9%	36	28	14,3 p.p.	15,8 p.p.	Não Sig.
NS/NR	25,8%	45,0%	36	28	14,3 p.p.	18,4 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Quebras de ligação		16,2%		24		14,8 p.p.	
Qualidade do serviço/ Qualidade dos resultados de busca	23,6%	19,5%	14	24	22,2 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
Política de privacidade	18,5%	4,3%	14	24	20,3 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios							
Outros motivos	2,9%	6,4%	14	24	8,8 p.p.	9,8 p.p.	Não Sig.
NS/NR	55,1%	53,5%	14	24	26,1 p.p.	20,0 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado

Voz e pago:

1 - 5	21,5%	13,0%	29	36	15,0 p.p.	11,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	46,4%	52,8%	29	36	18,1 p.p.	16,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10	32,1%	34,3%	29	36	17,0 p.p.	15,5 p.p.	Não Sig.
média	7,4	7,4	30,0	38,0	0,8	0,9	Não Sig.

Vídeo e pago:

1 - 5	15,6%	18,3%	19	29	16,3 p.p.	14,1 p.p.	Não Sig.
6 - 8	50,2%	56,0%	19	29	22,5 p.p.	18,1 p.p.	Não Sig.
9 - 10	34,2%	25,7%	19	29	21,3 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
média	7,3	7,4	21,0	30,0	1,1	0,9	Não Sig.

Voz e gratuito:

1 - 5	7,8%	7,7%	844	767	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
6 - 8	55,4%	59,2%	844	767	3,4 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
9 - 10	36,8%	33,2%	844	767	3,3 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
média	7,9	7,8	888,0	809,0	0,1	0,1	Não Sig.

Vídeo e gratuito:

1 - 5	8,9%	6,8%	686	643	2,1 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
6 - 8	56,2%	60,7%	686	643	3,7 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.
9 - 10	34,9%	32,5%	686	643	3,6 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.
média	7,8	7,8	713,0	666,0	0,2	0,1	Não Sig.

Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Pago:

1 - 5	4,4%	21,3%	35	34	6,8 p.p.	13,8 p.p.	Não Sig.
6 - 8	63,8%	39,8%	35	34	15,9 p.p.	16,5 p.p.	Não Sig.
9 - 10	31,9%	38,9%	35	34	15,4 p.p.	16,4 p.p.	Não Sig.
média	8,0	7,5	35,0	35,0	0,6	0,8	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	1,1%	3,4%	1403	1199	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
6 - 8	41,1%	47,5%	1403	1199	2,6 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
9 - 10	57,8%	49,2%	1403	1199	2,6 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
média	8,6	8,4	1407,0	1205,0	0,1	0,1	Sig.

Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado

Pago:

1 - 5	5,3%		39		7,0 p.p.		
6 - 8	53,3%	76,6%	39	31	15,7 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
9 - 10	41,4%	23,4%	39	31	15,5 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
média	7,9	8,2	39,0	31,0	0,5	0,3	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	2,5%	3,3%	1442	1285	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	46,7%	48,6%	1442	1285	2,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
9 - 10	50,8%	48,1%	1442	1285	2,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
média	8,4	8,3	1448,0	1292,0	0,1	0,1	Não Sig.

Qualidade apercebida da rede social mais utilizada

Pago:

1 - 5	21,2%	8,6%	25	21	16,0 p.p.	12,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	75,5%	87,2%	25	21	16,9 p.p.	14,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10	3,3%	4,1%	25	21	7,0 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.
média	6,3	7,1	25,0	21,0	0,7	0,9	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	1,9%	3,6%	1515	1194	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
6 - 8	45,4%	54,5%	1515	1194	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
9 - 10	52,7%	41,9%	1515	1194	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
média	8,5	8,1	1515,0	1198,0	0,1	0,1	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Qualidade percebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Pago:

1 - 5	7,2%	13,1%	29	36	9,4 p.p.	11,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	45,8%	44,3%	29	36	18,1 p.p.	16,2 p.p.	Não Sig.
9 - 10	46,9%	42,6%	29	36	18,2 p.p.	16,2 p.p.	Não Sig.
média	8,2	7,7	30,0	36,0	0,7	1,0	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	1,5%	1,7%	1023	1028	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
6 - 8	47,4%	51,0%	1023	1028	3,1 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
9 - 10	51,2%	47,3%	1023	1028	3,1 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
média	8,4	8,4	1033,0	1031,0	0,1	0,1	Não Sig.

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	50,5%	48,9%	1122	1007	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Não	49,5%	51,1%	1122	1007	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	19,6%	22,0%	601	495	3,2 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	33,4%	40,9%	601	495	3,8 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	43,8%	35,8%	601	495	4,0 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,0%	0,1%	601	495	0,8 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	1,2%	1,2%	601	495	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,0%	0,0%	601	495	0,8 p.p.	0,1 p.p.	Sig.

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	38,6%	37,0%	1491	1265	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Não	61,4%	63,0%	1491	1265	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	16,7%	22,7%	567	437	3,1 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	35,8%	37,9%	567	437	3,9 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	45,7%	37,1%	567	437	4,1 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,4%	0,5%	567	437	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	0,4%	1,9%	567	437	0,5 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,1%		567		0,2 p.p.		

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

Sim	48,1%	48,5%	1523	1345	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Não	51,9%	51,5%	1523	1345	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	10,8%	11,4%	774	647	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	50,9%	51,4%	774	647	3,5 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	35,5%	36,2%	774	647	3,4 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,9%	0,9%	774	647	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,0%	774	647	0,5 p.p.	0,1 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,4%	0,0%	774	647	0,5 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.

Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada

Sim	53,1%	42,7%	1571	1234	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Não	46,9%	57,3%	1571	1234	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	16,7%	17,5%	838	565	2,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	38,0%	44,1%	838	565	3,3 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	43,1%	37,3%	838	565	3,4 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,5%	0,9%	838	565	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,2%	838	565	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,2%		838		0,3 p.p.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	20,9%	17,1%	1102	1078	2,4 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Não	79,1%	82,9%	1102	1078	2,4 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	13,8%	19,8%	234	200	4,4 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	50,7%	36,9%	234	200	6,4 p.p.	6,7 p.p.	Sig.
Operador de Internet e serviço	34,9%	43,1%	234	200	6,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	0,4%		234		0,8 p.p.		
Outros		0,2%		200		0,6 p.p.	
NS/NR	0,2%		234		0,6 p.p.		

Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Sim	31,7%	33,6%	1590	1290	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Não	68,3%	66,4%	1590	1290	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	4,9%	7,3%	526	431	1,8 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	55,2%	58,8%	526	431	4,2 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	37,3%	32,1%	526	431	4,1 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	2,0%	1,4%	526	431	1,2 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Outros	0,6%	0,5%	526	431	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
NS/NR							

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:							
Min.	323.010.512	336.116.333	1122	1007	1)	1)	
Pop.	3876610	3972646	1122	1007	1)	1)	
Média	83,3	84,6	1122	1007	9,3	12,1	Não Sig.
Consumo Presente:							
Min.	330.756.290	324.126.647	1122	1007	1)	1)	
Pop.	3880201	3975215	1122	1007	1)	1)	
Média	85,2	81,5	1122	1007	8,9	10,5	Não Sig.
Consumo Futuro:							
Min.	345.542.024	347.708.921	1122	1007	1)	1)	
Pop.	3883795	3977786	1122	1007	1)	1)	
Média	89,0	87,4	1122	1007	9,3	11,5	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	2%	-4%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	4%	7%			1)	1)	

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:							
Min.	625.372.804	507.149.761	1491	1265	1)	1)	
Pop.	4689932	4512289	1491	1265	1)	1)	
Média	133,3	112,4	1491	1265	23,9	11,5	Não Sig.
Consumo Presente:							
Min.	603.422.838	540.654.930	1491	1265	1)	1)	
Pop.	4691690	4513089	1491	1265	1)	1)	
Média	128,6	119,8	1491	1265	11,2	12,5	Não Sig.
Consumo Futuro:							
Min.	630.129.909	559.328.769	1491	1265	1)	1)	
Pop.	4693448	4513889	1491	1265	1)	1)	
Média	134,3	123,9	1491	1265	12,1	12,4	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-4%	7%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	4%	3%			1)	1)	

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	431.591.575	497.992.129	1523	1345	1)	1)	
Pop.	4715947	4778861	1523	1345	1)	1)	
Média	91,5	104,2	1523	1345	7,7	10,5	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	453.659.544	516.551.315	1523	1345	1)	1)	
Pop.	4717714	4779280	1523	1345	1)	1)	
Média	96,2	108,1	1523	1345	7,6	9,9	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.	480.608.970	562.818.793	1523	1345	1)	1)	
Pop.	4719481	4779699	1523	1345	1)	1)	
Média	101,8	117,8	1523	1345	8,2	11,1	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

	5%	4%			1)	1)	
--	----	----	--	--	----	----	--

Evolução Presente-Futuro

	6%	9%			1)	1)	
--	----	----	--	--	----	----	--

Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	935.025.870	753.871.135	1571	1234	1)	1)	
Pop.	4978893	4834666	1571	1234	1)	1)	
Média	187,8	155,9	1571	1234	20,0	38,1	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	930.846.436	659.614.909	1571	1234	1)	1)	
Pop.	4979449	4835294	1571	1234	1)	1)	
Média	186,9	136,4	1571	1234	15,9	12,0	Sig.

Consumo Futuro:

Min.	944.050.678	675.078.926	1571	1234	1)	1)	
Pop.	4980005	4835922	1571	1234	1)	1)	
Média	189,6	139,6	1571	1234	15,8	12,2	Sig.

Evolução Passado-Presente

	0%	-13%			1)	1)	
--	----	------	--	--	----	----	--

Evolução Presente-Futuro

	1%	2%			1)	1)	
--	----	----	--	--	----	----	--

Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	180.546.506	248.849.794	1102	1078	1)	1)	
Pop.	3388047	3728496	1102	1078	1)	1)	
Média	53,3	66,7	1102	1078	10,3	15,1	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	177.942.351	219.799.001	1102	1078	1)	1)	
Pop.	3389581	3730027	1102	1078	1)	1)	
Média	52,5	58,9	1102	1078	8,6	7,8	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.	196.476.143	242.062.052	1102	1078	1)	1)	
Pop.	3391116	3731558	1102	1078	1)	1)	
Média	57,9	64,9	1102	1078	9,8	8,5	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

	-1%	-12%			1)	1)	
--	-----	------	--	--	----	----	--

Evolução Presente-Futuro

	10%	10%			1)	1)	
--	-----	-----	--	--	----	----	--

Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrônico (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	647.984.183	718.675.850	1590	1290	1)	1)	
Pop.	5111247	5099679	1590	1290	1)	1)	
Média	126,8	140,9	1590	1290	13,0	21,1	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	644.733.618	676.836.978	1590	1290	1)	1)	
Pop.	5111738	5100759	1590	1290	1)	1)	
Média	126,1	132,7	1590	1290	12,5	10,8	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Consumo Futuro:

Min.	679.082.063	725.567.565	1590	1290	1)	1)	
Pop.	5112229	5101839	1590	1290	1)	1)	
Média	132,8	142,2	1590	1290	12,8	11,5	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-1%	-6%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	5%	7%			1)	1)	

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	11,9	12,5	1117	1005	1)	1)	
Voip - Internet fixa	73,3	69,0	1117	1005	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	22,6	21,6	1491	1265	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	106,0	98,2	1491	1265	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	13,1	14,9	1523	1345	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	83,1	93,2	1523	1345	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	30,6	21,7	1571	1234	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	156,4	114,7	1571	1234	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	7,0	8,5	1102	1078	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	45,5	50,5	1102	1078	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	21,0	20,6	1590	1290	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	105,1	112,1	1590	1290	1)	1)	

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

VoIP - Internet móvel	46.276.027	49.879.166	1117	1005	1)	1)	
Voip - Internet fixa	284.480.263	274.247.481	1117	1005	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	106.038.145	97.517.965	1491	1265	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	497.384.693	443.136.965	1491	1265	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	61.653.757	71.019.640	1523	1345	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	392.005.786	445.531.675	1523	1345	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	152.168.862	104.834.245	1571	1234	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	778.677.574	554.780.664	1571	1234	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	23.855.152	31.600.302	1102	1078	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	154.087.199	188.198.699	1102	1078	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	107.459.085	105.114.630	1590	1290	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	537.274.534	571.722.348	1590	1290	1)	1)	

Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	12,4	13,5	1117	1005	1)	1)	
Voip - Internet fixa	76,5	74,0	1117	1005	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	23,6	22,4	1491	1265	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	110,7	101,6	1491	1265	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	13,8	16,2	1523	1345	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	88,0	101,6	1523	1345	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	31,0	22,2	1571	1234	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	158,6	117,4	1571	1234	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	7,8	9,3	1102	1078	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	50,2	55,5	1102	1078	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	22,1	22,1	1590	1290	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	110,7	120,1	1590	1290	1)	1)	

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino



Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

VoIP - Internet móvel	48.344.695	53.508.192	1117	1005	1)	1)	
Voip - Internet fixa	297.197.328	294.200.728	1117	1005	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	110.731.319	100.886.166	1491	1265	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	519.398.590	458.442.603	1491	1265	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	65.316.269	77.380.866	1523	1345	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	415.292.701	485.437.927	1523	1345	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	154.327.407	107.291.980	1571	1234	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	789.723.271	567.786.946	1571	1234	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	26.339.813	34.801.041	1102	1078	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	170.136.329	207.261.011	1102	1078	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	113.184.011	112.682.623	1590	1290	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	565.898.052	612.884.942	1590	1290	1)	1)	

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet

Acesso lento	73,0%	70,4%	265	294	5,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.
Quebras/ interrupções	63,2%	54,8%	265	294	5,8 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
Perdas de acesso	47,1%	42,4%	265	294	6,0 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	33,5%	42,5%	265	294	5,7 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Cobertura do serviço fraca	40,2%	40,4%	265	294	5,9 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Fraco apoio ao cliente	10,6%	18,9%	265	294	3,7 p.p.	4,5 p.p.	Sig.
Outros							
NS/NR	5,7%	4,1%	265	294	2,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP

Consumo atual - VoIP	21,5	22,0	1122	1007	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - STF/STM	78,5	78,0	1122	1007	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	10,7	10,4	1122	1007	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	89,3	89,6	1122	1007	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	7,5	7,1	1122	1007	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	92,5	92,9	1122	1007	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	3,9	3,8	1122	1007	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	96,1	96,2	1122	1007	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

Consumo atual - mensagens instantâneas	32,4	32,0	1491	1265	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - STM	67,6	68,0	1491	1265	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STM - Mensagens instantâneas	17,4	17,5	1491	1265	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STM - STM	82,6	82,5	1491	1265	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - Mensagens instantâneas	13,5	13,6	1491	1265	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - STM	86,5	86,4	1491	1265	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - Mensagens instantâneas	7,3	7,7	1491	1265	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - STM	92,7	92,3	1491	1265	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

Consumo atual - Audiovisual	25,7	26,4	1523	1345	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - TV	74,3	73,6	1523	1345	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisual	12,8	13,5	1523	1345	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de TV - TV	87,2	86,5	1523	1345	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	9,7	10,1	1523	1345	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - TV	90,3	89,9	1523	1345	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisual	5,2	5,5	1523	1345	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - TV	94,8	94,5	1523	1345	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel

Preço	52,8%	55,0%	1122	1007	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Segurança	12,1%	15,3%	1122	1007	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	29,6%	32,2%	1122	1007	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	40,5%	41,3%	1122	1007	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	14,3%	17,3%	1122	1007	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Realização de videochamadas	37,9%	40,3%	1122	1007	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	38,3%	40,2%	1122	1007	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço VoIP	27,7%	23,1%	1122	1007	2,6 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,2%	0,2%	1122	1007	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	5,1%	4,1%	1122	1007	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel

Preço	49,0%	56,2%	1491	1265	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Segurança	13,0%	16,4%	1491	1265	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	30,1%	37,4%	1491	1265	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	50,6%	47,9%	1491	1265	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	24,1%	28,2%	1491	1265	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	19,3%	22,7%	1491	1265	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	26,8%	18,5%	1491	1265	2,2 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço IM	40,4%	35,6%	1491	1265	2,5 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,3%	0,1%	1491	1265	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
NS/NR	3,9%	3,4%	1491	1265	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão

Preço	28,5%	39,4%	1523	1345	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Segurança	10,7%	13,0%	1523	1345	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	42,3%	46,4%	1523	1345	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	64,4%	60,6%	1523	1345	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,7%	0,8%	1523	1345	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	9,5%	8,1%	1523	1345	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas

Melhoria da qualidade das chamadas por serviço VoIP	37,5%	40,5%	1122	1007	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Internet fixa	30,2%	33,1%	1122	1007	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Internet móvel	32,0%	36,4%	1122	1007	2,7 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Os serviços Voip aumentarem o seu número de funcionalidades	17,8%	21,4%	1122	1007	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre contactáveis p	36,8%	34,4%	1122	1007	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,1%	0,5%	1122	1007	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfego gratuito	0,0%	0,1%	1122	1007	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,2%	0,3%	1122	1007	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico fixo/ móvel	0,0%	0,1%	1122	1007	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
NS/NR	7,9%	3,8%	1122	1007	1,6 p.p.	1,2 p.p.	Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens

Melhoria da qualidade das mensagens por serviço de mensagens instantâneas	31,9%	32,5%	1491	1265	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet fixa	22,2%	29,5%	1491	1265	2,1 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet móvel	32,2%	37,7%	1491	1265	2,4 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Aumentar o número de funcionalidades do serviço de mensagens instantânea:	27,2%	25,7%	1491	1265	2,3 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre contactáveis p	36,9%	30,2%	1491	1265	2,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	1,4%	0,4%	1491	1265	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Os serviços IM passarem a ser de tráfego gratuito	0,3%	0,2%	1491	1265	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,7%	0,7%	1491	1265	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico móvel	15,2%	15,1%	1491	1265	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
NS/NR	6,8%	5,6%	1491	1265	1,3 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual

Os conteúdos dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem a sua qualidade	33,1%	40,5%	1523	1345	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a sua qualidade	30,0%	40,5%	1523	1345	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a sua qualidade	26,8%	32,5%	1523	1345	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem o seu número de funcionalidades	22,4%	26,7%	1523	1345	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,3%	0,4%	1523	1345	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> passarem a ser de tráfego gratuito	0,0%	0,3%	1523	1345	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Redução do preço dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i>	1,1%	1,1%	1523	1345	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,7%	0,6%	1523	1345	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço de televisão	28,5%	18,9%	1523	1345	2,3 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
NS/NR	8,1%	7,2%	1523	1345	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.

Variáveis



4.2.1 Caracterização da amostra

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Género e classe etária							
Masculino - mais 55 anos		19,6%		1223		1,6 p.p.	
Masculino - 35 a 54 anos		45,0%		1223		2,0 p.p.	
Masculino - 16 a 34 anos		35,4%		1223		1,8 p.p.	
Feminino - mais 55 anos	14,3%		1465		1,2 p.p.		
Feminino - 35 a 54 anos	35,5%		1465		1,7 p.p.		
Feminino - 16 a 34 anos	50,1%		1465		1,8 p.p.		
Nível de escolaridade							
Ensino básico ou menos	10,6%	18,2%	1465	1223	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Ensino secundário	56,5%	59,6%	1465	1223	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Ensino superior	32,9%	22,3%	1465	1223	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
NS/NR	0,0%		1465		0,0 p.p.		
Distribuição por região por NUTS II							
Norte	32,5%	31,0%	1465	1223	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Centro	19,2%	22,1%	1465	1223	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Lisboa	32,9%	28,8%	1465	1223	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Alentejo	6,8%	7,4%	1465	1223	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Algarve	4,6%	3,7%	1465	1223	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Madeira	2,6%	5,2%	1465	1223	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Açores	0,8%	0,9%	1465	1223	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,7%	0,9%	1465	1223	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Situação profissional							
Empregado	52,9%	63,3%	1465	1223	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Desempregado	25,1%	15,1%	1465	1223	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Aluno/ Estudante	14,7%	9,9%	1465	1223	1,3 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Outros inativos	7,1%	11,5%	1465	1223	0,9 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Outros	0,2%		1465		0,1 p.p.	0,1 p.p.	
NS/NR	0,1%	0,2%	1465	1223	0,1 p.p.	0,1 p.p.	Não Sig.
Rendimento mensal do agregado familiar							
Até 485 euros	9,7%	6,3%	1465	1223	1,0 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
De 486 a 970 euros	30,8%	25,3%	1465	1223	1,7 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
De 971 a 1455 euros	27,6%	27,8%	1465	1223	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros	12,0%	16,0%	1465	1223	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
De 1941 a 2425 euros	5,4%	10,6%	1465	1223	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
De 2424 a 2909 euros	2,9%	4,8%	1465	1223	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Igual ou superior a 2910 euros	2,6%	2,9%	1465	1223	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
NS/NR	9,1%	6,3%	1465	1223	1,1 p.p.	0,9 p.p.	Sig.

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Pacote de serviços de telecomunicações							
Sim	99,9%	99,7%	1402	1182	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Não	0,1%	0,3%	1402	1182	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Operador do pacote de serviços de telecomunicações							
Meo	40,0%	38,3%	1392	1175	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
NOS	38,7%	40,1%	1392	1175	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Vodafone	16,9%	16,6%	1392	1175	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Cabovisão	4,4%	4,9%	1392	1175	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações							
Televisão por assinatura	77,0%	86,8%	1465	1223	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Serviço telefónico fixo	76,4%	80,7%	1465	1223	1,6 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Serviço telefónico móvel	43,7%	50,3%	1465	1223	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Internet fixa	91,3%	93,4%	1465	1223	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Internet móvel por dados móveis	32,1%	38,3%	1465	1223	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Internet móvel por pen <i>USB</i>	14,5%	17,7%	1465	1223	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
NS/NR	1,2%	0,8%	1465	1223	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações							
Entre 0 e 9,99 euros	3,9%	2,2%	1465	1223	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	7,4%	3,6%	1465	1223	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	12,4%	10,3%	1465	1223	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 e 39,99 euros	16,5%	15,9%	1465	1223	1,3 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	16,0%	16,5%	1465	1223	1,3 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	23,9%	27,7%	1465	1223	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	12,7%	13,8%	1465	1223	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	3,2%	6,4%	1465	1223	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
120 euros ou mais	0,8%	1,4%	1465	1223	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	3,0%	2,2%	1465	1223	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Tarifários de Internet móvel							
Tarifário diário	6,6%	15,8%	77	55	3,3 p.p.	3,8 p.p.	Sig.
Tarifário semanal					2,5 p.p.	2,8 p.p.	
Tarifário mensal com dados móveis					2,4 p.p.	2,6 p.p.	
Assinatura mensal não incluída num pacote de telecomunicações	77,5%	74,0%	77	55	4,7 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.
Outro	5,5%	9,3%	77	55	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	10,5%	0,9%	77	55	3,1 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Utilização dos grupos de serviços OTT							
Motores de busca	99,0%	98,1%	1465	1223	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Redes sociais	96,4%	93,8%	1465	1223	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Serviços audiovisuais	93,5%	94,7%	1465	1223	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Mensagens instantâneas	88,3%	87,8%	1465	1223	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
VoIP	72,7%	74,8%	1465	1223	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Partilha e armazenamento de ficheiros	68,5%	76,4%	1465	1223	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Serviços VoIP utilizados							
<u>Apenas voz:</u>							
Skype	6,4%	8,9%	1465	1223	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Skypeout					0,1 p.p.	0,3 p.p.	
Facetime	1,5%	1,6%	1465	1223	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Viber	7,9%	8,0%	1465	1223	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	2,1%	2,0%	1465	1223	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	20,4%	16,9%	1465	1223	1,6 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Hangouts	3,5%	4,7%	1465	1223	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,5%	1,1%	1465	1223	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
QQ	0,3%	1,1%	1465	1223	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Line	0,7%	1,1%	1465	1223	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Tango					0,1 p.p.	0,2 p.p.	
Outros	0,6%	2,5%	1465	1223	0,3 p.p.	0,5 p.p.	Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Apenas videochamada:							
Skype	10,8%	11,8%	1465	1223	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Skypeout					0,2 p.p.	0,2 p.p.	
Facetime	0,9%	2,1%	1465	1223	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
Viber	1,1%	1,2%	1465	1223	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	0,0%		1465		0,5 p.p.	0,4 p.p.	
Facebook Messenger	7,5%	6,5%	1465	1223	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Hangouts	1,2%	1,3%	1465	1223	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,5%	0,9%	1465	1223	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
QQ	0,2%	0,3%	1465	1223	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Line	0,1%	0,4%	1465	1223	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Tango		0,1%		1223		0,2 p.p.	
Outros						0,1 p.p.	
Voz + Videochamada:							
Skype	37,3%	38,3%	1465	1223	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Skypeout					0,1 p.p.	0,3 p.p.	
Facetime	5,2%	3,8%	1465	1223	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Viber	4,3%	5,9%	1465	1223	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	1,9%	1,3%	1465	1223	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	23,9%	25,2%	1465	1223	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Hangouts	3,8%	5,2%	1465	1223	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Wechat	1,3%	1,6%	1465	1223	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
QQ	0,7%	0,7%	1465	1223	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Line	0,7%	1,1%	1465	1223	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Tango					0,2 p.p.	0,2 p.p.	
Outros		0,5%		1223		0,2 p.p.	
Serviço VoIP mais utilizado							
Skype	41,8%	49,7%	543	450	2,8 p.p.	3,1 p.p.	Sig.
Skypeout							
Facetime	2,3%	1,3%	543	450	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Viber	2,0%	6,7%	543	450	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Whatsapp	3,8%	1,3%	543	450	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	46,2%	36,3%	543	450	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Hangouts	2,7%	3,1%	543	450	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,4%	0,1%	543	450	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
QQ	0,1%		543		0,2 p.p.		
Line	0,2%		543		0,2 p.p.	0,2 p.p.	
Tango					0,1 p.p.		
Outros	0,5%	1,5%	543	450	0,3 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
Serviços de mensagens instantâneas utilizados							
Whatsapp	4,1%	3,4%	1465	1223	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	80,1%	75,6%	1465	1223	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Skype	44,2%	48,6%	1465	1223	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Viber	8,5%	9,5%	1465	1223	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Hangouts	10,5%	11,2%	1465	1223	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Wechat	1,0%	1,5%	1465	1223	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Line	0,3%	0,5%	1465	1223	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
QQ	0,2%	0,2%	1465	1223	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Tango					0,1 p.p.	0,2 p.p.	
Outros	0,6%	1,9%	1465	1223	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
Nenhum	11,7%	12,3%	1465	1223	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Whatsapp	2,4%	1,0%	742	579	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	83,1%	69,8%	742	579	2,1 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Skype	9,8%	21,4%	742	579	1,3 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Viber	1,2%	3,0%	742	579	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Hangouts	3,3%	4,3%	742	579	0,8 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Wechat							
Line							
QQ		0,1%		579		0,1 p.p.	
Tango							
Outros	0,2%	0,4%	742	579	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	90,2%	90,5%	1465	1223	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Spotify	21,6%	21,5%	1465	1223	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Vine	4,3%	4,0%	1465	1223	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Vimeo	10,3%	19,7%	1465	1223	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Apple Music	4,5%	4,7%	1465	1223	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
MEO Musica	8,6%	11,1%	1465	1223	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
RTP Play	10,2%	17,3%	1465	1223	1,0 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
MEO Go	8,1%	14,3%	1465	1223	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
TVI Player	11,3%	13,3%	1465	1223	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
SoundCloud	6,4%	9,4%	1465	1223	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Metacafe	0,5%	1,8%	1465	1223	0,3 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
Tidal	0,1%	0,3%	1465	1223	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Rhapsody	0,6%	0,3%	1465	1223	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outro	1,3%	3,3%	1465	1223	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
Nenhum	6,9%	5,8%	1465	1223	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	89,1%	88,1%	807	661	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Spotify	5,1%	4,0%	807	661	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Vine					0,3 p.p.	0,1 p.p.	
Vimeo	0,1%	0,4%	807	661	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Apple Music	0,1%	0,6%	807	661	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
MEO Musica	1,6%	1,0%	807	661	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
RTP Play	1,4%	0,8%	807	661	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
MEO Go	1,6%	3,4%	807	661	0,6 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
TVI Player	0,4%	1,2%	807	661	0,3 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
SoundCloud						0,2 p.p.	
Metacafe	0,1%		807		0,1 p.p.		
Tidal							
Rhapsody					0,1 p.p.		
Outro	0,4%	0,5%	807	661	0,2 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.

Redes sociais utilizadas

Facebook	94,6%	91,8%	1465	1223	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Instagram	31,1%	23,8%	1465	1223	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
LinkedIn	23,5%	26,0%	1465	1223	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Google Plus	18,1%	22,4%	1465	1223	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Twitter	18,4%	19,3%	1465	1223	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Pinterest	17,5%	6,3%	1465	1223	1,4 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Myspace	2,6%	3,2%	1465	1223	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Flirck	1,9%	3,1%	1465	1223	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
Tumblr	11,4%	4,5%	1465	1223	1,1 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Outro	0,6%	1,3%	1465	1223	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Nenhum	3,6%	6,2%	1465	1223	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Rede social mais utilizada

Facebook	92,6%	93,5%	789	680	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Instagram	1,9%	0,8%	789	680	0,9 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
LinkedIn	0,6%	1,7%	789	680	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
Google Plus	0,6%	2,1%	789	680	0,5 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Twitter	1,3%	0,6%	789	680	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Pinterest	1,1%	0,2%	789	680	0,5 p.p.	0,2 p.p.	Sig.
Myspace							
Flirck					0,1 p.p.		
Tumblr	1,7%	0,6%	789	680	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Outro	0,1%	0,4%	789	680	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dropbox	40,9%	43,9%	1465	1223	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Google Drive	37,5%	45,6%	1465	1223	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
OneDrive	17,6%	22,7%	1465	1223	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
iCloud	9,7%	11,0%	1465	1223	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
MEO Cloud	8,7%	14,5%	1465	1223	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Google Hangouts	3,6%	4,8%	1465	1223	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Office 365	9,1%	9,0%	1465	1223	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Team Viewer	7,6%	10,5%	1465	1223	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Salesfoce	0,3%	0,3%	1465	1223	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outro	1,6%	1,9%	1465	1223	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nenhum	32,1%	24,3%	1465	1223	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	43,3%	35,6%	602	536	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Google Drive	23,4%	32,0%	602	536	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
OneDrive	13,0%	14,3%	602	536	2,0 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
iCloud	2,5%	2,3%	602	536	1,4 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
MEO Cloud	9,1%	7,3%	602	536	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Google Hangouts	1,2%	0,8%	602	536	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Office 365	4,7%	3,0%	602	536	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Team Viewer	1,9%	2,8%	602	536	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Salesfoce							
Outro	0,9%	1,9%	602	536	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	97,8%	95,2%	1465	1223	0,6 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Yahoo	10,4%	10,1%	1465	1223	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Bing	10,4%	15,4%	1465	1223	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Ask	7,4%	4,3%	1465	1223	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Amazon	13,0%	15,7%	1465	1223	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Ebay	23,2%	30,2%	1465	1223	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Groupon	13,4%	6,2%	1465	1223	1,2 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
OLX	52,2%	44,8%	1465	1223	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Wikipedia	43,4%	33,7%	1465	1223	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Sapo	33,6%	31,0%	1465	1223	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Outro	1,4%	1,8%	1465	1223	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nenhum	1,0%	2,0%	1465	1223	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado

Google	92,3%	90,1%	822	691	1,3 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Yahoo	0,1%	0,6%	822	691	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Bing	0,2%	0,5%	822	691	0,2 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Ask	0,1%		822		0,1 p.p.		
Amazon	0,1%	0,5%	822	691	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Ebay	1,2%	3,1%	822	691	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Groupon	0,2%	0,2%	822	691	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
OLX	4,0%	3,2%	822	691	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Wikipedia	0,3%	0,4%	822	691	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Sapo	1,3%	1,0%	822	691	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Outro	0,1%	0,3%	822	691	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.

No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet

Sim	46,9%	49,7%	1465	1223	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Não	49,7%	47,8%	1465	1223	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
NS/NR	3,4%	2,5%	1465	1223	0,7 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP

Preço	28,1%	29,9%	543	450	2,6 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	30,2%	33,2%	543	450	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	49,0%	50,7%	543	450	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	21,5%	16,7%	543	450	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Realização de videochamadas	43,3%	41,7%	543	450	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Internet	63,9%	59,9%	543	450	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	21,7%	15,3%	543	450	2,4 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	41,2%	35,0%	543	450	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Outros	1,6%	0,4%	543	450	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,0%	0,8%	543	450	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas

Preço	26,0%	33,6%	742	579	2,2 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	29,4%	33,1%	742	579	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	53,1%	51,1%	742	579	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	26,2%	29,3%	742	579	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	23,2%	26,0%	742	579	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	35,8%	23,2%	742	579	2,4 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Internet	65,3%	56,6%	742	579	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Conselho de amigos	12,8%	11,3%	742	579	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	50,9%	45,7%	742	579	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Outros	1,9%	1,5%	742	579	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	2,3%	2,4%	742	579	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual

Preço	22,3%	28,1%	807	661	2,0 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	42,6%	48,7%	807	661	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	68,9%	65,9%	807	661	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	17,7%	15,9%	807	661	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	2,1%	1,8%	807	661	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	0,4%	1,4%	807	661	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	5,8%	7,9%	807	661	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de redes sociais

Qualidade do serviço	25,4%	30,1%	789	680	2,1 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	58,1%	52,4%	789	680	2,4 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Conselho de amigos	25,2%	27,4%	789	680	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	69,6%	69,5%	789	680	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	1,8%	1,0%	789	680	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	2,2%	2,8%	789	680	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Preço	26,1%	34,1%	602	536	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Segurança da informação	36,5%	36,6%	602	536	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	49,1%	55,1%	602	536	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	57,5%	56,6%	602	536	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de utilizadores	46,5%	41,9%	602	536	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Utilização do serviço em qualquer dispositivo com acesso à Internet	43,1%	48,5%	602	536	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	44,6%	38,8%	602	536	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Ausência de limitação de tamanho do ficheiro	12,4%	14,2%	602	536	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	19,8%	12,5%	602	536	2,3 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	8,9%	9,4%	602	536	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Outros	1,3%	0,5%	602	536	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,8%	1,9%	602	536	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Qualidade do serviço	63,1%	70,9%	822	691	2,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	66,3%	65,5%	822	691	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	9,9%	11,8%	822	691	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Ausência de limites para o tipo de informação apresentada	33,2%	31,8%	822	691	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Rápida resposta ao pedido de informação	67,4%	63,1%	822	691	2,4 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Diversas fontes de informação	51,9%	45,5%	822	691	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Compras mais eficientes	2,2%	3,1%	822	691	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Maior leque de escolha/ oferta	2,5%	4,0%	822	691	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Preços reduzidos	2,5%	4,4%	822	691	0,8 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Serviços personalizados	0,6%	0,7%	822	691	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Comodidade do processo de compra	1,2%	2,1%	822	691	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Eliminação de distâncias física	0,7%	1,4%	822	691	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Acesso 24 horas por dia	1,3%	1,5%	822	691	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	2,0%	0,5%	822	691	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
NS/NR	1,2%	1,5%	822	691	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal

ChatOn	9,3%	12,0%	1465	1223	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Wasabee	4,6%	5,3%	1465	1223	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Amazon Instant Video	11,1%	13,8%	1465	1223	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
BBC iplayer	6,3%	10,2%	1465	1223	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
HBO Go	6,9%	11,4%	1465	1223	1,0 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Hulu	5,1%	8,1%	1465	1223	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Netflix	34,8%	45,0%	1465	1223	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Sky Go	7,6%	11,8%	1465	1223	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Wuaki TV	0,7%	1,1%	1465	1223	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Pandora	9,6%	15,6%	1465	1223	1,2 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Vevo	28,1%	29,1%	1465	1223	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Uber	29,1%	38,1%	1465	1223	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Nenhum	0,1%		1465		0,1 p.p.	0,1 p.p.	
Outro	41,1%	32,1%	1465	1223	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal

ChatOn	32,8%	41,0%	124	140	5,6 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Wasabee	23,4%	40,2%	61	60	7,1 p.p.	8,5 p.p.	Sig.
Amazon Instant Video	46,6%	48,6%	142	168	5,7 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.
BBC iplayer	54,0%	54,3%	98	119	6,8 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.
HBO Go	53,5%	47,5%	108	145	6,1 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Hulu	34,7%	37,3%	79	112	7,6 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
Netflix	74,2%	74,2%	533	586	2,6 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Sky Go	41,1%	47,3%	107	121	6,4 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.
Wuaki TV	36,4%	46,0%	10	14	13,5 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
Pandora	40,5%	30,4%	143	192	5,3 p.p.	4,6 p.p.	Sig.
Vevo	40,8%	45,9%	427	364	3,2 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Uber	37,8%	45,4%	482	497	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
Nenhum							
Outro	21,3%	16,3%	873	846	1,9 p.p.	1,8 p.p.	Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	38,2%	29,4%	543	450	2,8 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,7%	31,5%	543	450	2,5 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,1%	14,4%	543	450	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	12,4%	9,5%	543	450	1,9 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	6,8%	8,5%	543	450	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	4,5%	5,4%	543	450	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,2%	1,4%	543	450	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	27,5	36,1	543	450	4,7	5,6	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	15,9%	14,3%	543	450	2,2 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	27,7%	29,5%	543	450	2,6 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,4%	22,5%	543	450	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	15,8%	543	450	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,6%	13,0%	543	450	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	4,4%	4,4%	543	450	1,4 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,3%	0,6%	543	450	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	38,0	38,5	543	450	4,4	4,8	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	29,1%	20,8%	543	450	2,6 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,9%	27,4%	543	450	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	13,4%	12,6%	543	450	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,0%	17,3%	543	450	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	12,9%	14,2%	543	450	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	5,5%	5,9%	543	450	1,4 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,2%	1,7%	543	450	0,9 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	40,7	46,8	543	450	6,3	5,9	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	21,7%	15,0%	543	450	2,4 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	19,5%	30,2%	543	450	2,4 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	20,0%	15,0%	543	450	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,7%	15,4%	543	450	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,5%	13,7%	543	450	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,5%	8,9%	543	450	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,1%	1,8%	543	450	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	46,9	52,8	543	450	5,3	6,3	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneasDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	12,0%	13,7%	742	579	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,2%	31,0%	742	579	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	20,0%	19,4%	742	579	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,4%	14,5%	742	579	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	11,9%	11,7%	742	579	1,7 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,8%	6,6%	742	579	1,6 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,7%	3,1%	742	579	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	56,3	53,6	742	579	6,1	6,7	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	8,9%	8,2%	742	579	1,4 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,5%	28,2%	742	579	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,4%	15,7%	742	579	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	20,6%	16,7%	742	579	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,2%	16,7%	742	579	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,6%	11,8%	742	579	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,8%	2,6%	742	579	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Média min.	55,1	66,6	742	579	5,1	7,0	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	13,8%	11,6%	742	579	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,0%	24,6%	742	579	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,4%	21,1%	742	579	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	13,7%	14,6%	742	579	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	14,5%	15,8%	742	579	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	13,7%	8,5%	742	579	1,6 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	3,7%	742	579	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Média min.	68,7	64,2	742	579	7,6	7,4	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	11,2%	11,6%	742	579	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,4%	21,7%	742	579	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,7%	16,3%	742	579	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,8%	13,9%	742	579	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,4%	20,3%	742	579	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	11,5%	12,6%	742	579	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,9%	3,6%	742	579	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	71,6	74,8	742	579	7,3	7,6	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisualDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	23,0%	18,0%	807	661	2,1 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,1%	25,4%	807	661	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,9%	19,4%	807	661	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,0%	15,4%	807	661	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	12,7%	13,0%	807	661	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	4,1%	6,4%	807	661	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,2%	2,5%	807	661	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
Média min.	39,9	51,2	807	661	4,0	5,9	Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	9,8%	6,3%	807	661	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,4%	18,8%	807	661	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	25,8%	22,6%	807	661	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,4%	21,0%	807	661	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,5%	18,7%	807	661	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,3%	11,2%	807	661	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,7%	1,5%	807	661	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Média min.	46,6	64,0	807	661	4,1	5,4	Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
<u>Fins-de-semana das 7 às 19 horas:</u>							
Não acede	16,8%	11,4%	807	661	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	17,7%	18,2%	807	661	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,1%	21,1%	807	661	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,2%	18,8%	807	661	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,3%	15,9%	807	661	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,7%	11,3%	807	661	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,2%	3,3%	807	661	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	63,4	69,4	807	661	6,6	6,4	Não Sig.
<u>Fins-de-semana das 19 às 7 horas:</u>							
Não acede	11,6%	9,0%	807	661	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	20,5%	13,5%	807	661	2,1 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,1%	18,7%	807	661	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	20,5%	807	661	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	18,6%	23,1%	807	661	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,5%	12,2%	807	661	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,2%	3,0%	807	661	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Média min.	64,0	76,0	807	661	5,9	6,9	Não Sig.
Tempo médio dedicado à utilização de redes sociais							
<u>Dias úteis das 7 às 19 horas:</u>							
Não acede	9,3%	10,9%	789	680	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	17,7%	23,6%	789	680	1,9 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,3%	19,8%	789	680	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,0%	18,1%	789	680	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	20,0%	15,5%	789	680	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	14,2%	9,5%	789	680	1,7 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,5%	2,6%	789	680	1,2 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Média min.	93,3	61,8	789	680	9,1	6,5	Sig.
<u>Dias úteis das 19 às 7 horas:</u>							
Não acede	6,0%	3,9%	789	680	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	12,5%	15,4%	789	680	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	12,9%	19,1%	789	680	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,6%	21,4%	789	680	1,9 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	29,5%	22,1%	789	680	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	16,0%	15,2%	789	680	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,5%	3,0%	789	680	1,0 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Média min.	95,4	82,0	789	680	7,9	6,9	Não Sig.
<u>Fins-de-semana das 7 às 19 horas:</u>							
Não acede	8,5%	7,8%	789	680	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	13,7%	18,1%	789	680	1,7 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,3%	19,3%	789	680	1,8 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,7%	17,8%	789	680	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	22,0%	20,7%	789	680	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	16,4%	12,2%	789	680	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	7,4%	4,1%	789	680	1,3 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Média min.	104,2	78,8	789	680	9,2	7,4	Sig.
<u>Fins-de-semana das 19 às 7 horas:</u>							
Não acede	8,1%	5,8%	789	680	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	11,9%	14,8%	789	680	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	12,1%	15,4%	789	680	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,2%	16,3%	789	680	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	23,6%	26,8%	789	680	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	18,8%	16,3%	789	680	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,3%	4,7%	789	680	1,2 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Média min.	105,4	94,3	789	680	9,8	7,6	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheirosDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	20,6%	21,5%	602	536	2,3 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	44,3%	39,6%	602	536	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,8%	18,2%	602	536	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,9%	7,5%	602	536	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	6,9%	9,9%	602	536	1,4 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	2,1%	2,0%	602	536	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,4%	1,3%	602	536	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	24,2	30,4	602	536	4,8	4,3	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	21,9%	12,8%	602	536	2,5 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	44,3%	44,9%	602	536	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,1%	18,9%	602	536	2,1 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	10,0%	11,9%	602	536	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	5,0%	8,5%	602	536	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	3,6%	1,9%	602	536	0,9 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,2%	1,0%	602	536	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	24,4	29,8	602	536	5,1	4,3	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	31,2%	21,8%	602	536	2,7 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	34,7%	37,7%	602	536	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,8%	18,5%	602	536	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	7,2%	10,8%	602	536	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,6%	7,9%	602	536	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	4,3%	2,3%	602	536	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,2%	1,0%	602	536	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	24,1	29,1	602	536	5,1	4,4	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	30,1%	19,6%	602	536	2,7 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	35,4%	37,9%	602	536	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,2%	18,3%	602	536	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,7%	13,7%	602	536	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	5,3%	6,7%	602	536	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	3,9%	3,1%	602	536	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,4%	0,7%	602	536	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Média min.	25,4	29,2	602	536	5,9	4,2	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónicoDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	7,9%	6,2%	822	691	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	19,0%	18,7%	822	691	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,5%	21,4%	822	691	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	20,3%	22,0%	822	691	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,9%	17,5%	822	691	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,6%	11,1%	822	691	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,8%	3,1%	822	691	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Média min.	70,9	71,0	822	691	7,1	6,0	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	6,2%	3,0%	822	691	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,4%	16,8%	822	691	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	20,3%	19,2%	822	691	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	22,0%	18,5%	822	691	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,5%	26,2%	822	691	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,8%	14,5%	822	691	1,3 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,8%	1,9%	822	691	0,8 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	64,7	77,6	822	691	6,5	6,0	Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:							
Não acede	10,5%	8,7%	822	691	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	22,5%	20,0%	822	691	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,6%	18,0%	822	691	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,3%	18,7%	822	691	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	18,1%	19,5%	822	691	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,3%	10,9%	822	691	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,7%	4,2%	822	691	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	59,7	76,1	822	691	6,5	7,6	Sig.
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:							
Não acede	10,3%	3,5%	822	691	1,6 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	19,5%	18,0%	822	691	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,9%	15,8%	822	691	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,6%	17,3%	822	691	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	21,9%	26,0%	822	691	1,9 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,8%	15,4%	822	691	1,2 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,1%	4,0%	822	691	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Média min.	68,2	88,9	822	691	7,6	7,4	Sig.
Serviços VoIP pagos e gratuitos							
SKYPE - pago	2,2%	4,9%	409	374	1,2 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	95,1%	93,0%	409	374	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	2,7%	2,1%	409	374	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - pago					24,5 p.p.	19,3 p.p.	
SKYPEOUT - gratuito					24,9 p.p.	19,4 p.p.	
SKYPEOUT - NS/NR					7,8 p.p.	14,2 p.p.	
FACETIME - pago	0,9%	6,3%	61	57	3,5 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
FACETIME - gratuito	88,0%	89,1%	61	57	6,0 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
FACETIME - NS/NR	11,1%	4,6%	61	57	5,2 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.
VIBER - pago	0,5%	2,6%	97	99	1,5 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
VIBER - gratuito	92,2%	94,2%	97	99	3,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	7,2%	3,2%	97	99	3,0 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - pago	9,2%	1,7%	33	25	2,6 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
WHATSAPP - gratuito	75,1%	98,3%	33	25	3,8 p.p.	3,3 p.p.	Sig.
WHATSAPP - NS/NR	15,7%		33		2,9 p.p.	2,4 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,8%	2,5%	352	273	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	92,7%	94,2%	352	273	1,8 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	4,6%	3,4%	352	273	1,5 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	0,8%	5,7%	74	78	2,9 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - gratuito	83,2%	88,0%	74	78	6,2 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	16,0%	6,4%	74	78	5,7 p.p.	3,5 p.p.	Sig.
WECHAT - pago	10,4%	8,7%	14	24	17,0 p.p.	10,0 p.p.	Não Sig.
WECHAT - gratuito	75,1%	61,7%	14	24	19,2 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	14,6%	29,6%	14	24	13,2 p.p.	13,2 p.p.	Não Sig.
QQ - pago	11,1%	11,1%		15	16,1 p.p.	15,9 p.p.	
QQ - gratuito	100,0%	62,4%	8	15	18,2 p.p.	20,6 p.p.	Não Sig.
QQ - NS/NR		26,5%		15	9,8 p.p.	17,9 p.p.	
LINE - pago		15,4%		18	11,7 p.p.	12,6 p.p.	
LINE - gratuito	85,5%	48,7%	14	18	17,0 p.p.	17,4 p.p.	Sig.
LINE - NS/NR	14,5%	35,9%	14	18	13,9 p.p.	15,7 p.p.	Não Sig.
TANGO - pago					24,7 p.p.	26,7 p.p.	
TANGO - gratuito					27,9 p.p.	28,9 p.p.	
TANGO - NS/NR					26,5 p.p.	18,3 p.p.	
OUTRO - pago	26,8%	20,2%	5	16	23,2 p.p.	16,0 p.p.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	73,2%	79,8%	5	16	24,4 p.p.	16,0 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR					16,4 p.p.		

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado							
Sim	3,9%	7,4%	504	421	1,3 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Não	73,0%	70,5%	504	421	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	23,1%	22,1%	504	421	2,6 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado							
média	8,9	8,0	22	22	2,3	6,2	Não Sig.
Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos							
WHATSAPP - pago	9,7%		37		1,8 p.p.	2,1 p.p.	
WHATSAPP - gratuito	90,3%	100,0%	37	28	2,3 p.p.	3,2 p.p.	Sig.
WHATSAPP - NS/NR					1,5 p.p.	2,5 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,2%	3,4%	673	479	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	93,0%	93,0%	673	479	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	4,8%	3,6%	673	479	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
SKYPE - pago	2,9%	3,4%	338	343	1,2 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	95,1%	94,3%	338	343	1,6 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	2,0%	2,3%	338	343	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
VIBER - pago	2,7%		74		2,1 p.p.	2,0 p.p.	
VIBER - gratuito	85,9%	93,1%	74	63	4,0 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	11,4%	6,9%	74	63	3,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - pago		3,8%		89	1,2 p.p.	2,5 p.p.	
HANGOUTS - gratuito	92,6%	96,2%	93	89	3,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	7,4%		93		3,1 p.p.	2,0 p.p.	
WECHAT - pago						19,6 p.p.	
WECHAT - gratuito	94,7%	71,0%	6	6	11,7 p.p.	26,7 p.p.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	5,3%	29,0%	6	6	11,7 p.p.	22,5 p.p.	Não Sig.
LINE - pago							
LINE - gratuito	100,0%	100,0%	2	5			
LINE - NS/NR							
QQ - pago							
QQ - gratuito	100,0%	100,0%	1	3			
QQ - NS/NR							
TANGO - pago							
TANGO - gratuito							
TANGO - NS/NR							
OUTRO - pago						13,3 p.p.	
OUTRO - gratuito	100,0%	95,5%	4	12	7,4 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR		4,5%		12	7,4 p.p.	7,6 p.p.	
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado							
Sim	3,2%	3,8%	700	549	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Não	72,5%	75,3%	700	549	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	24,2%	20,9%	700	549	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado							
média	5,5	4,2	19	21	0,9	5,6	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de audiovisual pagos e gratuitos

YOUTUBE - pago	0,9%	0,5%	790	644	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - gratuito	96,5%	98,3%	790	644	1,0 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	2,6%	1,2%	790	644	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
SPOTIFY - pago	7,9%	5,9%	185	158	2,9 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - gratuito	92,1%	93,7%	185	158	3,1 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR		0,4%		158	1,2 p.p.	0,6 p.p.	
VINE - pago						5,5 p.p.	
VINE - gratuito	94,4%	98,7%	33	32	6,6 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.
VINE - NS/NR	5,6%	1,3%	33	32	6,6 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
VIMEO - pago		0,6%		146		1,7 p.p.	
VIMEO - gratuito	96,9%	95,9%	103	146	3,9 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	3,1%	3,5%	103	146	3,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - pago	4,7%	25,0%	42	28	6,7 p.p.	11,2 p.p.	Sig.
APPLE MUSIC - gratuito	76,4%	52,5%	42	28	10,5 p.p.	13,3 p.p.	Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	18,9%	22,5%	42	28	9,4 p.p.	11,2 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - pago	15,3%	32,4%	56	62	6,0 p.p.	6,6 p.p.	Sig.
MEO MUSICA - gratuito	71,5%	60,3%	56	62	7,6 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	13,2%	7,3%	56	62	5,7 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - pago	0,7%	1,4%	78	130	1,3 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - gratuito	85,7%	94,7%	78	130	6,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	13,6%	4,0%	78	130	5,9 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
MEO GO - pago	14,8%	19,6%	61	78	6,4 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
MEO GO - gratuito	66,9%	71,6%	61	78	8,5 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	18,3%	8,8%	61	78	6,9 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - pago	1,0%	0,5%	73	71	1,3 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - gratuito	88,6%	96,4%	73	71	4,9 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	10,5%	3,1%	73	71	4,7 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - pago	6,7%	3,0%	60	63	4,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - gratuito	80,7%	95,2%	60	63	7,9 p.p.	4,4 p.p.	Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	12,7%	1,8%	60	63	7,2 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
METACAFE - pago						9,6 p.p.	
METACAFE - gratuito	89,7%	100,0%	7	20	25,9 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.
METACAFE - NS/NR	10,3%		7		25,9 p.p.		
TIDAL - pago		100,0%		1			
TIDAL - gratuito	47,0%		2				
TIDAL - NS/NR	53,0%		2				
RHAPSODY - pago							
RHAPSODY - gratuito	15,2%	26,0%	3	2			
RHAPSODY - NS/NR	84,8%	74,0%	3	2			
OUTRO - pago	4,6%	24,5%	13	26	14,1 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	95,4%	75,5%	13	26	14,1 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR							
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado							
Sim	3,6%	10,9%	769	635	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Não	74,8%	65,6%	769	635	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
NS/NR	21,6%	23,6%	769	635	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado							
média	7,5	6,9	23	46	1,2	3,8	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Redes sociais pagas e gratuitas

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
FACEBOOK - pago	1,0%	1,7%	772	654	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - gratuito	96,5%	97,1%	772	654	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - NS/NR	2,6%	1,1%	772	654	0,7 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
INSTAGRAM - pago	0,9%	1,7%	219	132	0,9 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - gratuito	97,4%	96,8%	219	132	1,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	1,7%	1,5%	219	132	1,4 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - pago	0,3%	2,1%	250	218	0,7 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - gratuito	97,7%	94,9%	250	218	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR	2,0%	3,0%	250	218	1,6 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - pago	1,0%	3,1%	130	139	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - gratuito	89,9%	93,7%	130	139	4,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	9,1%	3,2%	130	139	4,3 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
TWITTER - pago		1,4%		119		0,7 p.p.	
TWITTER - gratuito	95,6%	96,2%	132	119	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	4,4%	2,4%	132	119	2,4 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - pago	0,9%	1,7%	173	34	1,4 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - gratuito	96,6%	94,2%	173	34	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	2,6%	4,0%	173	34	1,8 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
MYPSPACE - pago						4,3 p.p.	
MYPSPACE - gratuito	93,0%	100,0%	17	15	6,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
MYPSPACE - NS/NR	7,0%		17		6,1 p.p.		
FLIRCK - pago		1,8%		19		6,3 p.p.	
FLIRCK - gratuito	98,7%	98,2%	13	19	5,0 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.
FLIRCK - NS/NR	1,3%		13		5,0 p.p.		
TUMBLR - pago					2,7 p.p.	2,3 p.p.	
TUMBLR - gratuito	97,7%	100,0%	83	27	3,6 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR	2,3%		83		2,4 p.p.	2,2 p.p.	
OUTRO - pago						16,5 p.p.	
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	3	10	0,0 p.p.	16,5 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR							
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada							
Sim	3,1%	5,7%	762	660	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Não	73,5%	72,5%	762	660	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	23,4%	21,8%	762	660	2,1 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada							
média	6,1	9,9	26	31	0,9	5,7	Não Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos							
DROPBOX - pago	1,2%	1,2%	379	348	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - gratuito	95,6%	98,6%	379	348	1,6 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
DROPBOX - NS/NR	3,1%	0,1%	379	348	1,4 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
GOOGLE DRIVE - pago	1,4%	1,4%	336	312	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - gratuito	89,6%	98,0%	336	312	2,3 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	8,9%	0,7%	336	312	2,2 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
ONEDRIVE - pago	4,8%	1,2%	155	132	2,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
ONEDRIVE - gratuito	90,0%	97,0%	155	132	3,3 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	5,2%	1,9%	155	132	2,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - pago	4,7%	2,6%	67	72	2,6 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - gratuito	88,8%	93,0%	67	72	4,2 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	6,5%	4,5%	67	72	3,4 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - pago	2,8%	4,8%	67	88	3,4 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - gratuito	90,3%	94,8%	67	88	5,3 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	6,9%	0,4%	67	88	4,2 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
GOOGLE HANGOUTS - pago		8,8%		30		4,1 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	91,0%	81,9%	40	30	5,1 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	9,0%	9,3%	40	30	5,1 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - pago	17,4%	22,2%	79	68	5,6 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - gratuito	76,8%	70,9%	79	68	6,3 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	5,9%	6,9%	79	68	3,3 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - pago	0,2%	4,1%	56	74	0,7 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
TEAM VIEWER - gratuito	96,1%	95,9%	56	74	5,3 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	3,7%		56		5,3 p.p.	0,9 p.p.	
SALESFORCE - pago							
SALESFORCE - gratuito	84,4%	100,0%	2	3			
SALESFORCE - NS/NR	15,6%		2				
OUTRO - pago		19,6%		19		10,6 p.p.	
OUTRO - gratuito	93,0%	80,4%	11	19	11,0 p.p.	10,6 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	7,0%		11		11,0 p.p.		
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado							
Sim	4,2%	11,4%	561	516	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Não	70,4%	62,1%	561	516	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
NS/NR	25,5%	26,5%	561	516	2,7 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado							
média	5,7	7,0	23	52	1,2	4,4	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
SKYPE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	32,4%	34,8%	67	67	4,9 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	32,2%	46,9%	67	67	5,7 p.p.	5,7 p.p.	Sig.
SKYPE - NS/NR	35,4%	18,3%	67	67	5,1 p.p.	4,6 p.p.	Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito					15,0 p.p.	22,3 p.p.	
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratuito					25,4 p.p.	22,9 p.p.	
SKYPEOUT - NS/NR					22,5 p.p.	11,4 p.p.	
FACETIME - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	56,8%	12,5%	11	16	8,9 p.p.	9,8 p.p.	Sig.
FACETIME - tráfego de dados não gratuito	32,6%	82,3%	11	16	11,0 p.p.	11,7 p.p.	Sig.
FACETIME - NS/NR	10,6%	5,2%	11	16	9,9 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	53,5%	7,2%	15	18	8,5 p.p.	6,6 p.p.	Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	38,2%	49,9%	15	18	9,6 p.p.	8,2 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	8,3%	42,9%	15	18	7,6 p.p.	6,8 p.p.	Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	17,7%		5		6,0 p.p.	6,8 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	51,9%	100,0%	5	2	7,0 p.p.	7,6 p.p.	Sig.
WHATSAPP - NS/NR	30,3%		5		5,3 p.p.	5,8 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	50,2%	33,9%	54	52	4,9 p.p.	5,3 p.p.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	35,5%	57,3%	54	52	5,5 p.p.	5,9 p.p.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	14,3%	8,8%	54	52	4,7 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	66,1%	43,8%	15	15	9,7 p.p.	10,7 p.p.	Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	21,2%	53,4%	15	15	10,4 p.p.	11,5 p.p.	Sig.
HANGOUTS - NS/NR	12,7%	2,8%	15	15	10,3 p.p.	8,2 p.p.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	74,6%	35,2%	5	11	26,6 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	18,1%	28,4%	5	11	25,6 p.p.	19,7 p.p.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	7,3%	36,5%	5	11	13,7 p.p.	17,6 p.p.	Não Sig.
QQ - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	80,5%	9,1%	4	7	29,5 p.p.	22,8 p.p.	Sig.
QQ - tráfego de dados não gratuito	19,5%	34,9%	4	7	29,4 p.p.	25,5 p.p.	Não Sig.
QQ - NS/NR		56,0%		7	11,1 p.p.	27,0 p.p.	
LINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	69,6%	8,6%	6	8	26,8 p.p.	18,0 p.p.	Sig.
LINE - tráfego de dados não gratuito	24,1%	38,9%	6	8	27,1 p.p.	21,3 p.p.	Não Sig.
LINE - NS/NR	6,3%	52,5%	6	8	10,0 p.p.	21,5 p.p.	Sig.
TANGO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito					27,1 p.p.	29,5 p.p.	
TANGO - tráfego de dados não gratuito					29,4 p.p.	23,6 p.p.	
TANGO - NS/NR					25,3 p.p.	22,0 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	100,0%		1				
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		100,0%		1			
OUTRO - NS/NR							

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	46,6%		8		4,9 p.p.	6,2 p.p.	
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	40,9%	34,9%	8	3	5,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	12,5%	65,1%	8	3	3,5 p.p.	4,9 p.p.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados gratuito	42,5%	27,7%	98	101	3,8 p.p.	4,4 p.p.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	34,8%	44,2%	98	101	4,3 p.p.	4,7 p.p.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	22,7%	28,1%	98	101	3,4 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	43,8%	34,6%	54	75	6,1 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	30,0%	48,1%	54	75	6,7 p.p.	6,0 p.p.	Sig.
SKYPE - NS/NR	26,3%	17,4%	54	75	5,2 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados gratuito	45,1%	23,8%	14	19	8,9 p.p.	7,8 p.p.	Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	31,4%	59,0%	14	19	9,9 p.p.	9,3 p.p.	Sig.
VIBER - NS/NR	23,4%	17,2%	14	19	7,3 p.p.	7,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	17,0%	36,7%	13	20	8,5 p.p.	9,9 p.p.	Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	52,5%	50,0%	13	20	9,8 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	30,5%	13,3%	13	20	7,8 p.p.	7,1 p.p.	Sig.
WECHAT - tráfego de dados gratuito	90,2%		2				
WECHAT - tráfego de dados não gratuito		100,0%		2			
WECHAT - NS/NR	9,8%		2				
LINE - tráfego de dados gratuito							
LINE - tráfego de dados não gratuito		47,7%		3			
LINE - NS/NR	100,0%	52,3%	1	3			
QQ - tráfego de dados gratuito							
QQ - tráfego de dados não gratuito		100,0%		1			
QQ - NS/NR	100,0%		1				
TANGO - tráfego de dados gratuito							
TANGO - tráfego de dados não gratuito							
TANGO - NS/NR							
OUTRO - tráfego de dados gratuito	100,0%	33,8%	1	6	16,7 p.p.	21,4 p.p.	Sig.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		66,2%		6	26,8 p.p.	21,4 p.p.	
OUTRO - NS/NR					24,3 p.p.		



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	42,9%	35,6%	122	115	3,4 p.p.	3,6 p.p.	Sig.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuito	37,3%	49,4%	122	115	4,0 p.p.	4,1 p.p.	Sig.
YOUTUBE - NS/NR	19,8%	15,0%	122	115	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	34,7%	54,6%	29	30	5,6 p.p.	7,9 p.p.	Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	45,5%	36,9%	29	30	6,5 p.p.	8,2 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR	19,8%	8,5%	29	30	4,1 p.p.	4,0 p.p.	Sig.
VINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	20,4%	20,5%	5	8	10,1 p.p.	18,0 p.p.	Não Sig.
VINE - tráfego de dados não gratuito	50,2%	74,2%	5	8	15,3 p.p.	18,5 p.p.	Não Sig.
VINE - NS/NR	29,4%	5,3%	5	8	12,7 p.p.	6,0 p.p.	Sig.
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		26,9%		35	4,2 p.p.	8,1 p.p.	
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	45,8%	62,4%	13	35	12,2 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	54,2%	10,7%	13	35	11,9 p.p.	5,7 p.p.	Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	65,2%	73,2%	9	8	17,8 p.p.	18,6 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gratuito	23,8%	26,8%	9	8	17,3 p.p.	16,7 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	11,0%		9		18,2 p.p.	13,7 p.p.	
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	80,8%	77,7%	15	17	11,6 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gratuito	14,7%	11,5%	15	17	10,8 p.p.	8,8 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	4,5%	10,8%	15	17	7,5 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	50,6%	35,5%	17	24	13,7 p.p.	8,3 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuito	18,9%	59,4%	17	24	15,5 p.p.	9,5 p.p.	Sig.
RTP PLAY - NS/NR	30,5%	5,1%	17	24	11,8 p.p.	7,1 p.p.	Sig.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	33,2%	43,7%	14	16	12,8 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito	43,4%	56,3%	14	16	12,6 p.p.	10,1 p.p.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	23,4%		14		8,8 p.p.	5,8 p.p.	
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	41,3%	54,1%	22	17	10,8 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratuito	31,7%	30,4%	22	17	13,3 p.p.	11,4 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	27,0%	15,4%	22	17	11,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	22,0%	37,0%	10	10	11,3 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gratuito	58,7%	63,0%	10	10	16,5 p.p.	12,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	19,3%		10		15,3 p.p.	6,9 p.p.	
METACAFE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito							
METACAFE - tráfego de dados não gratuito	77,7%	100,0%	4	5			
METACAFE - NS/NR	22,3%		4				
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito							
TIDAL - tráfego de dados não gratuito	47,0%		2				
TIDAL - NS/NR	53,0%		2				
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		100,0%		1			
RHAPSODY - tráfego de dados não gratuito	46,7%		2				
RHAPSODY - NS/NR	53,3%		2				
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		86,6%		4	14,5 p.p.	14,3 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		13,4%		4	28,0 p.p.	14,8 p.p.	
OUTRO - NS/NR	100,0%		1		25,6 p.p.	4,7 p.p.	

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Redes sociais de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
FACEBOOK - tráfego de dados gratuito	43,5%	36,8%	110	109	3,6 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - tráfego de dados não gratuito	40,9%	46,7%	110	109	4,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - NS/NR	15,6%	16,5%	110	109	2,7 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - tráfego de dados gratuito	45,6%	44,4%	31	27	4,8 p.p.	8,4 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - tráfego de dados não gratuito	47,7%	55,6%	31	27	5,3 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	6,7%		31		3,2 p.p.	2,3 p.p.	
LINKEDIN - tráfego de dados gratuito	34,0%	38,4%	39	36	6,5 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - tráfego de dados não gratuito	41,9%	53,0%	39	36	7,8 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR	24,1%	8,5%	39	36	6,5 p.p.	4,7 p.p.	Sig.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados gratuito	59,1%	49,8%	29	24	9,2 p.p.	10,2 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados não gratuito	27,1%	34,9%	29	24	9,6 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	13,8%	15,3%	29	24	7,4 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.
TWITTER - tráfego de dados gratuito	27,3%	54,8%	24	22	6,7 p.p.	11,2 p.p.	Sig.
TWITTER - tráfego de dados não gratuito	33,6%	29,8%	24	22	8,9 p.p.	11,1 p.p.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	39,1%	15,4%	24	22	7,2 p.p.	5,4 p.p.	Sig.
PINTEREST - tráfego de dados gratuito	51,1%	55,9%	24	8	7,4 p.p.	16,9 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - tráfego de dados não gratuito	42,8%	44,1%	24	8	8,3 p.p.	17,6 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	6,1%		24		5,2 p.p.	7,3 p.p.	
MYSPLACE - tráfego de dados gratuito	11,1%	72,9%	3	4	21,0 p.p.	26,6 p.p.	Sig.
MYSPLACE - tráfego de dados não gratuito	46,1%	12,1%	3	4	21,8 p.p.	21,0 p.p.	Não Sig.
MYSPLACE - NS/NR	42,8%	15,0%	3	4	8,8 p.p.	18,6 p.p.	Sig.
FLIRCK - tráfego de dados gratuito		100,0%		1		34,0 p.p.	
FLIRCK - tráfego de dados não gratuito					16,9 p.p.	34,0 p.p.	
FLIRCK - NS/NR	100,0%		2		16,9 p.p.		
TUMBLR - tráfego de dados gratuito	10,3%	8,3%	7	3	7,7 p.p.	21,2 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - tráfego de dados não gratuito	71,6%	45,8%	7	3	10,5 p.p.	23,7 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR	18,1%	45,8%	7	3	7,8 p.p.	16,3 p.p.	Sig.
OUTRO - tráfego de dados gratuito		100,0%		1			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito							
OUTRO - NS/NR	100,0%		1				

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
DROPBOX - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	28,6%	20,5%	58	61	5,0 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - tráfego de dados não gratuito	46,6%	66,7%	58	61	5,9 p.p.	5,4 p.p.	Sig.
DROPBOX - NS/NR	24,8%	12,8%	58	61	4,6 p.p.	4,2 p.p.	Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	28,3%	25,1%	46	53	5,6 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não gratuito	58,9%	59,1%	46	53	6,6 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	12,8%	15,7%	46	53	5,0 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	15,7%	27,9%	26	22	7,3 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratuito	49,9%	64,2%	26	22	9,3 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	34,4%	7,9%	26	22	7,7 p.p.	5,9 p.p.	Sig.
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	29,5%	49,9%	11	16	9,8 p.p.	8,9 p.p.	Sig.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	52,4%	34,7%	11	16	10,4 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	18,1%	15,4%	11	16	8,2 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	51,9%	57,3%	9	19	13,2 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados não gratuito	15,7%	29,8%	9	19	14,1 p.p.	9,8 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	32,4%	13,0%	9	19	12,8 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito					10,5 p.p.	13,7 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	43,2%	100,0%	8	2	16,3 p.p.	16,1 p.p.	Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	56,8%		8		14,3 p.p.	10,3 p.p.	
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	37,9%	27,5%	18	15	10,0 p.p.	12,3 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratuito	15,9%	31,6%	18	15	12,5 p.p.	12,9 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	46,2%	40,9%	18	15	11,3 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	10,5%	33,2%	11	13	11,1 p.p.	9,7 p.p.	Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gratuito	14,8%	45,0%	11	13	15,6 p.p.	11,6 p.p.	Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	74,6%	21,8%	11	13	16,3 p.p.	8,6 p.p.	Sig.
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		100,0%		1			
SALESFORCE - tráfego de dados não gratuito							
SALESFORCE - NS/NR							
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito						23,5 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		79,5%		2	31,2 p.p.	24,5 p.p.	
OUTRO - NS/NR	100,0%	20,5%	1	2	31,2 p.p.	10,4 p.p.	Sig.

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
MEO	7,5	7,5	546	457	0,2	0,2	Não Sig.
NOS	7,7	7,7	500	428	0,1	0,2	Não Sig.
Vodafone	8,4	8,3	243	200	0,2	0,2	Não Sig.
Cabovisão	6,8	7,6	74	62	0,5	0,5	Não Sig.
Outro	8,4	6,8	3	3			

Satisfação com o operador de Internet móvel

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
MEO	7,4	7,4	103	93	0,2	0,2	Não Sig.
NOS	8,1	7,4	69	71	0,3	0,3	Sig.
Vodafone	7,2	7,5	45	49	0,3	0,3	Não Sig.
Moche	6,0	5,8	1	2	1,6	1,2	Não Sig.
Yorn	9,0		2		0,8	0,6	
Lycamobile		5,0		1			
Continent Mobile	6,0		1				
UZO		10,0		1			
Phone-ix							
Outro	6,9	8,6	3	2	0,9	1,5	Não Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa							
Adequação dos tarifários	44,7%	46,4%	496	392	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	31,1%	43,5%	496	392	2,8 p.p.	3,4 p.p.	Sig.
Assistência/ Apoio técnico	47,5%	48,4%	496	392	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Atendimento	38,7%	42,5%	496	392	3,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	26,3%	27,1%	496	392	2,7 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	71,9%	73,8%	496	392	2,8 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Credibilidade	26,6%	40,1%	496	392	2,8 p.p.	3,4 p.p.	Sig.
Cumprimento condições/ promoções	37,5%	38,2%	496	392	3,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	14,0%	22,0%	496	392	2,1 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	22,2%	31,7%	496	392	2,6 p.p.	3,2 p.p.	Sig.
Preços	52,2%	52,5%	496	392	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Proximidade aos clientes	17,4%	18,0%	496	392	2,2 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	42,9%	48,6%	496	392	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	44,8%	47,7%	496	392	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,0%	496	392	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,4%		496		0,4 p.p.	0,4 p.p.	
Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa							
Preços/ Mensalidade/ Promoções	52,9%	58,4%	170	149	5,4 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Credibilidade do operador	5,5%	21,1%	170	149	3,5 p.p.	4,3 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	60,2%	65,2%	170	149	5,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturação/ Instalação	28,1%	37,4%	170	149	5,2 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	52,0%	49,5%	170	149	5,4 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	34,0%	42,8%	170	149	5,2 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falta de informação	16,5%	25,7%	170	149	4,4 p.p.	4,6 p.p.	Sig.
Alternativas na concorrência	20,2%	26,2%	170	149	4,4 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.
Preço de chamdas de apoio ao cliente	25,0%	33,5%	170	149	4,7 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	26,2%	23,1%	170	149	5,0 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.
Outros	0,3%		170		0,8 p.p.	0,4 p.p.	
NS/NR	0,5%	0,2%	170	149	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel							
Adequação dos tarifários	66,9%	63,0%	73	60	4,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	45,1%	42,4%	73	60	4,8 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Assistência/ Apoio técnico	35,5%	49,7%	73	60	4,8 p.p.	5,5 p.p.	Sig.
Atendimento	35,3%	46,4%	73	60	4,9 p.p.	5,4 p.p.	Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	37,3%	34,1%	73	60	4,7 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	48,4%	71,5%	73	60	4,7 p.p.	4,7 p.p.	Sig.
Credibilidade	18,5%	55,9%	73	60	4,5 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Cumprimento condições/ promoções	42,7%	35,0%	73	60	4,9 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	18,8%	32,7%	73	60	3,8 p.p.	5,0 p.p.	Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	32,3%	40,2%	73	60	4,4 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Preços	65,3%	53,8%	73	60	4,9 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Proximidade aos clientes	29,5%	36,1%	73	60	3,9 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	35,6%	54,8%	73	60	4,8 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Relação qualidade/preço	44,7%	48,1%	73	60	5,0 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Outros						0,7 p.p.	
NS/NR		3,6%		60	0,3 p.p.	1,1 p.p.	



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel

Preços/ Mensalidade/ Promoções	87,4%	65,6%	28	32	7,1 p.p.	8,5 p.p.	Sig.
Credibilidade do operador	12,7%	16,6%	28	32	5,8 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	55,2%	46,5%	28	32	8,2 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturação/ Instalação	6,8%	11,4%	28	32	6,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	51,9%	67,6%	28	32	8,3 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	31,3%	52,7%	28	32	7,9 p.p.	8,3 p.p.	Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falta de informação	15,5%	20,5%	28	32	7,5 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.
Alternativas na concorrência	9,1%	16,2%	28	32	7,1 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
Preço de chamadas de apoio ao cliente	5,7%	26,8%	28	32	7,1 p.p.	8,0 p.p.	Sig.
Relação qualidade/preço	37,6%	19,1%	28	32	8,2 p.p.	6,6 p.p.	Sig.
Outros		5,6%		32	2,1 p.p.	2,4 p.p.	
NS/NR		1,8%		32	1,8 p.p.	2,3 p.p.	

Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado**Voz:**

1 - 5	5,9%	9,6%	440	368	1,6 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
6 - 8	61,0%	58,0%	440	368	3,1 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10	33,2%	32,4%	440	368	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
média	7,9	7,7	450	374	0,1	0,1	Não Sig.

Vídeo:

1 - 5	6,8%	5,9%	405	352	2,0 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
6 - 8	64,2%	65,6%	405	352	3,4 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
9 - 10	29,0%	28,4%	405	352	3,1 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
média	7,7	7,7	408	355	0,1	0,1	Não Sig.

Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

1 - 5	2,6%	4,7%	742	579	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
6 - 8	43,5%	48,9%	742	579	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
9 - 10	53,8%	46,0%	742	579	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
média	8,4	8,1	742	579	0,1	0,1	Sig.

Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

1 - 5	4,3%	2,6%	807	661	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	46,7%	49,2%	807	661	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
9 - 10	48,6%	47,6%	807	661	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
média	8,2	8,3	807	661	0,1	0,1	Não Sig.

Satisfação com a rede social mais utilizada

1 - 5	4,5%	4,7%	789	680	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
6 - 8	55,6%	59,3%	789	680	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
9 - 10	39,9%	35,7%	789	680	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
média	8,0	7,8	789	680	0,1	0,1	Sig.

Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

1 - 5	4,0%	2,1%	602	536	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	45,8%	51,8%	602	536	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
9 - 10	49,6%	44,8%	602	536	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
média	8,3	8,3	602	536	0,1	0,1	Não Sig.

Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

1 - 5	0,8%	1,7%	822	691	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
6 - 8	30,6%	33,3%	822	691	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
9 - 10	68,5%	65,0%	822	691	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
média	8,9	8,8	822	691	0,1	0,1	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado

Voz:

Quebras de ligação	49,5%	60,5%	33	36	11,8 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	11,4%	4,6%	33	36	7,2 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	5,2%	1,1%	33	36	6,7 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação	3,0%	2,3%	33	36	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Outros motivos	21,1%	7,8%	33	36	9,3 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.
NS/NR	12,8%	24,9%	33	36	7,3 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.

Vídeo:

Quebras de ligação	50,4%	61,1%	28	25	12,4 p.p.	13,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	42,3%	9,7%	28	25	12,4 p.p.	9,9 p.p.	Sig.
Delay na transmissão de dados	17,2%	9,2%	28	25	7,6 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação		1,9%		25		3,3 p.p.	
Outros motivos	0,6%	2,4%	28	25	2,1 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
NS/NR	13,0%	20,1%	28	25	7,6 p.p.	11,3 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Quebras de ligação	35,4%	23,3%	21	25	16,1 p.p.	12,1 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	5,1%		21		5,5 p.p.	5,7 p.p.	
Delay na transmissão de dados	11,3%	2,4%	21	25	9,8 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Poucas funcionalidades	6,2%	4,1%	21	25	6,1 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação					5,1 p.p.	4,7 p.p.	
Outros motivos	19,3%	21,1%	21	25	14,4 p.p.	11,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	22,7%	49,6%	21	25	11,4 p.p.	13,7 p.p.	Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

Quebras de ligação	29,0%	9,5%	41	20	11,8 p.p.	12,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	11,2%	8,6%	41	20	7,0 p.p.	9,0 p.p.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	33,7%	24,5%	41	20	11,1 p.p.	11,0 p.p.	Não Sig.
Pouco espaço de armazenamento	3,1%		41		3,5 p.p.		
Tamanho/ peso da aplicação					2,4 p.p.	2,9 p.p.	
Outros motivos	1,4%	9,5%	41	20	6,3 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	31,3%	47,9%	41	20	11,0 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada

Quebras de ligação	13,5%	19,3%	44	41	7,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	0,9%	2,2%	44	41	4,3 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	12,1%	14,0%	44	41	9,3 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.
Política de privacidade	16,2%	21,9%	44	41	8,2 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.
Utilização do serviço por parte de outros utilizadores	6,3%	25,9%	44	41	4,4 p.p.	7,7 p.p.	Sig.
Outros motivos	11,1%	1,6%	44	41	6,3 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	46,6%	36,0%	44	41	10,9 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Quebras de ligação	12,0%	25,8%	23	11	11,4 p.p.	15,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	5,2%	3,0%	23	11	7,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
Política de privacidade	13,6%		23		10,6 p.p.	4,0 p.p.	
Capacidade de armazenamento	27,4%		23		12,5 p.p.	10,2 p.p.	
Outros motivos	25,0%	19,8%	23	11	14,3 p.p.	15,8 p.p.	Não Sig.
NS/NR	19,4%	54,4%	23	11	14,3 p.p.	18,4 p.p.	Sig.

Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Quebras de ligação		20,2%		11		14,8 p.p.	
Qualidade do serviço/ Qualidade dos resultados de busca	29,1%	26,0%	6	11	22,2 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
Política de privacidade					20,3 p.p.	8,1 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios							
Outros motivos		3,9%		11	8,8 p.p.	9,8 p.p.	
NS/NR	70,9%	50,0%	6	11	26,1 p.p.	20,0 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado							
<u>Voz e pago:</u>							
1 - 5	17,7%	19,7%	12	17	15,0 p.p.	11,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	59,4%	47,5%	12	17	18,1 p.p.	16,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10	22,8%	32,7%	12	17	17,0 p.p.	15,5 p.p.	Não Sig.
média	7,3	6,7	13,0	18,0	0,8	0,9	Não Sig.
<u>Vídeo e pago:</u>							
1 - 5	27,3%	30,1%	9	17	16,3 p.p.	14,1 p.p.	Não Sig.
6 - 8	30,8%	59,5%	9	17	22,5 p.p.	18,1 p.p.	Não Sig.
9 - 10	42,0%	10,4%	9	17	21,3 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
média	7,4	6,7	11,0	18,0	1,1	0,9	Não Sig.
<u>Voz e gratuito:</u>							
1 - 5	7,7%	6,6%	397	332	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
6 - 8	55,0%	52,8%	397	332	3,4 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
9 - 10	37,4%	40,6%	397	332	3,3 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
média	7,9	8,0	417,0	349,0	0,1	0,1	Não Sig.
<u>Vídeo e gratuito:</u>							
1 - 5	8,6%	6,5%	368	319	2,1 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
6 - 8	50,2%	58,1%	368	319	3,7 p.p.	3,8 p.p.	Sig.
9 - 10	41,2%	35,4%	368	319	3,6 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.
média	7,9	7,9	381,0	330,0	0,2	0,1	Não Sig.
Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado							
<u>Pago:</u>							
1 - 5	6,8%	32,1%	15	18	6,8 p.p.	13,8 p.p.	Sig.
6 - 8	79,0%	38,3%	15	18	15,9 p.p.	16,5 p.p.	Sig.
9 - 10	14,2%	29,6%	15	18	15,4 p.p.	16,4 p.p.	Não Sig.
média	7,7	7,0	15,0	18,0	0,6	0,8	Não Sig.
<u>Gratuito:</u>							
1 - 5	1,1%	3,9%	697	546	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
6 - 8	39,7%	44,2%	697	546	2,6 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
9 - 10	59,2%	51,9%	697	546	2,6 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
média	8,6	8,4	700,0	549,0	0,1	0,1	Sig.
Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado							
<u>Pago:</u>							
1 - 5					7,0 p.p.		
6 - 8	49,8%	64,7%	16	17	15,7 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
9 - 10	50,2%	35,3%	16	17	15,5 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
média	8,2	8,3	16,0	17,0	0,5	0,3	Não Sig.
<u>Gratuito:</u>							
1 - 5	2,5%	2,4%	764	633	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	46,8%	45,5%	764	633	2,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
9 - 10	50,8%	52,0%	764	633	2,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
média	8,4	8,4	769,0	635,0	0,1	0,1	Não Sig.
Qualidade apercebida da rede social mais utilizada							
<u>Pago:</u>							
1 - 5	30,2%	19,1%	8	11	16,0 p.p.	12,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	69,8%	74,5%	8	11	16,9 p.p.	14,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10		6,4%		11	7,0 p.p.	8,5 p.p.	
média	5,5	6,5	8,0	11,0	0,7	0,9	Não Sig.
<u>Gratuito:</u>							
1 - 5	2,4%	3,1%	762	659	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
6 - 8	46,1%	50,7%	762	659	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
9 - 10	51,6%	46,3%	762	659	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
média	8,5	8,2	762,0	660,0	0,1	0,1	Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado							
Pago:							
1 - 5	10,4%	23,5%	16	17	9,4 p.p.	11,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	27,5%	32,8%	16	17	18,1 p.p.	16,2 p.p.	Não Sig.
9 - 10	62,1%	43,7%	16	17	18,2 p.p.	16,2 p.p.	Não Sig.
média	8,4	7,1	17,0	17,0	0,7	1,0	Não Sig.
Gratuito:							
1 - 5	1,8%	0,8%	556	514	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
6 - 8	46,1%	48,1%	556	514	3,1 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
9 - 10	52,1%	51,1%	556	514	3,1 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
média	8,4	8,5	561,0	516,0	0,1	0,1	Não Sig.
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado							
Sim	49,7%	47,3%	543	450	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Não	50,3%	52,7%	543	450	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Principais responsáveis pelas falhas							
Serviço	20,7%	25,7%	298	217	3,2 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	32,9%	38,8%	298	217	3,8 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	44,0%	33,4%	298	217	4,0 p.p.	4,2 p.p.	Sig.
Dispositivo utilizado	0,6%		298		0,8 p.p.	0,2 p.p.	
Outros	0,8%	2,0%	298	217	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,0%	0,0%	298	217	0,8 p.p.	0,1 p.p.	Não Sig.
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado							
Sim	36,4%	36,7%	742	579	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Não	63,6%	63,3%	742	579	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Principais responsáveis pelas falhas							
Serviço	17,6%	28,0%	273	192	3,1 p.p.	3,9 p.p.	Sig.
Operador de Internet	31,9%	38,5%	273	192	3,9 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	49,6%	29,8%	273	192	4,1 p.p.	4,5 p.p.	Sig.
Dispositivo utilizado	0,2%	0,4%	273	192	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	0,7%	3,3%	273	192	0,5 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
NS/NR					0,2 p.p.		
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado							
Sim	42,8%	44,3%	807	661	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Não	57,2%	55,7%	807	661	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Principais responsáveis pelas falhas							
Serviço	13,5%	15,0%	380	298	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	46,8%	48,6%	380	298	3,5 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	36,7%	35,8%	380	298	3,4 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,9%	0,7%	380	298	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	1,0%		380		0,5 p.p.	0,1 p.p.	
NS/NR					0,5 p.p.	0,2 p.p.	
Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada							
Sim	47,2%	38,6%	789	680	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Não	52,8%	61,4%	789	680	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Principais responsáveis pelas falhas							
Serviço	17,3%	22,5%	375	281	2,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	36,5%	40,3%	375	281	3,3 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	44,0%	36,9%	375	281	3,4 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	0,8%	0,3%	375	281	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Outros	0,9%		375		0,5 p.p.	0,4 p.p.	
NS/NR	0,5%		375		0,3 p.p.		

Variáveis



	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado							
Sim	18,3%	12,7%	602	536	2,4 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Não	81,7%	87,3%	602	536	2,4 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Principais responsáveis pelas falhas							
Serviço	18,4%	32,8%	118	85	4,4 p.p.	5,5 p.p.	Sig.
Operador de Internet	49,3%	37,0%	118	85	6,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	31,8%	30,2%	118	85	6,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado					0,8 p.p.		
Outros						0,6 p.p.	
NS/NR	0,5%		118		0,6 p.p.		
Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado							
Sim	30,9%	32,3%	822	691	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Não	69,1%	67,7%	822	691	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Principais responsáveis pelas falhas							
Serviço	6,7%	8,5%	270	221	1,8 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	59,0%	50,0%	270	221	4,2 p.p.	4,6 p.p.	Sig.
Operador de Internet e serviço	32,4%	39,9%	270	221	4,1 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	0,8%	1,4%	270	221	1,2 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Outros	1,1%	0,2%	270	221	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
NS/NR							

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:							
Min.	151.090.699	190.444.757	543	450	1)	1)	
Pop.	1996305	2062750	543	450	1)	1)	
Média	75,7	92,3	543	450	9,3	12,1	Não Sig.
Consumo Presente:							
Min.	143.888.825	172.283.530	543	450	1)	1)	
Pop.	1997615	2063439	543	450	1)	1)	
Média	72,0	83,5	543	450	8,9	10,5	Não Sig.
Consumo Futuro:							
Min.	148.331.479	184.316.624	543	450	1)	1)	
Pop.	1998926	2064128	543	450	1)	1)	
Média	74,2	89,3	543	450	9,3	11,5	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-5%	-10%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	3%	7%			1)	1)	
Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)							
Consumo Passado:							
Min.	286.246.155	297.591.202	742	579	1)	1)	
Pop.	2424370	2421856	742	579	1)	1)	
Média	118,1	122,9	742	579	23,9	11,5	Não Sig.
Consumo Presente:							
Min.	293.058.406	310.441.275	742	579	1)	1)	
Pop.	2424921	2421732	742	579	1)	1)	
Média	120,9	128,2	742	579	11,2	12,5	Não Sig.
Consumo Futuro:							
Min.	304.794.417	316.506.812	742	579	1)	1)	
Pop.	2425472	2421608	742	579	1)	1)	
Média	125,7	130,7	742	579	12,1	12,4	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	2%	4%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	4%	2%			1)	1)	

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)							
<u>Consumo Passado:</u>							
Min.	254.839.471	317.615.070	807	661	1)	1)	
Pop.	2566701	2611930	807	661	1)	1)	
Média	99,3	121,6	807	661	7,7	10,5	Sig.
<u>Consumo Presente:</u>							
Min.	258.362.341	319.433.880	807	661	1)	1)	
Pop.	2567146	2611753	807	661	1)	1)	
Média	100,6	122,3	807	661	7,6	9,9	Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>							
Min.	269.605.738	344.677.783	807	661	1)	1)	
Pop.	2567591	2611576	807	661	1)	1)	
Média	105,0	132,0	807	661	8,2	11,1	Sig.
Evolução Passado-Presente	1%	1%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	4%	8%			1)	1)	
Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)							
<u>Consumo Passado:</u>							
Min.	532.365.447	500.228.953	789	680	1)	1)	
Pop.	2648274	2588112	789	680	1)	1)	
Média	201,0	193,3	789	680	20,0	38,1	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>							
Min.	513.733.998	393.816.311	789	680	1)	1)	
Pop.	2648337	2588091	789	680	1)	1)	
Média	194,0	152,2	789	680	15,9	12,0	Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>							
Min.	519.699.038	399.635.291	789	680	1)	1)	
Pop.	2648400	2588070	789	680	1)	1)	
Média	196,2	154,4	789	680	15,8	12,2	Sig.
Evolução Passado-Presente	-3%	-21%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	1%	1%			1)	1)	
Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)							
<u>Consumo Passado:</u>							
Min.	91.127.436	150.646.771	602	536	1)	1)	
Pop.	1880415	2107371	602	536	1)	1)	
Média	48,5	71,5	602	536	10,3	15,1	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>							
Min.	93.389.018	128.886.299	602	536	1)	1)	
Pop.	1881030	2107792	602	536	1)	1)	
Média	49,6	61,1	602	536	8,6	7,8	Não Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>							
Min.	99.017.480	140.095.788	602	536	1)	1)	
Pop.	1881645	2108213	602	536	1)	1)	
Média	52,6	66,5	602	536	9,8	8,5	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	2%	-14%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	6%	9%			1)	1)	
Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrônico (passado, presente e futuro)							
<u>Consumo Passado:</u>							
Min.	355.346.751	447.315.755	822	691	1)	1)	
Pop.	2718469	2706783	822	691	1)	1)	
Média	130,7	165,3	822	691	13,0	21,1	Sig.
<u>Consumo Presente:</u>							
Min.	363.120.817	409.822.043	822	691	1)	1)	
Pop.	2718469	2706719	822	691	1)	1)	
Média	133,6	151,4	822	691	12,5	10,8	Não Sig.

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Consumo Futuro:							
Min.	369.261.289	435.472.567	822	691	1)	1)	
Pop.	2718469	2706655	822	691	1)	1)	
Média	135,8	160,9	822	691	12,8	11,5	Sig.
Evolução Passado-Presente	2%	-8%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	2%	6%			1)	1)	
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)							
VoIP - Internet móvel	5,1	6,4	538	448	1)	1)	
Voip - Internet fixa	66,9	77,1	538	448	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	10,6	15,8	742	579	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	110,2	112,4	742	579	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	6,6	9,5	807	661	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	94,0	112,8	807	661	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	14,0	12,7	789	680	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	180,0	139,4	789	680	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	2,9	3,7	602	536	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	46,7	57,4	602	536	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	11,5	12,3	822	691	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	122,1	139,1	822	691	1)	1)	
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)							
VoIP - Internet móvel	10.233.760	13.247.540	538	448	1)	1)	
Voip - Internet fixa	133.655.064	159.035.990	538	448	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	25.720.017	38.145.304	742	579	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	267.338.389	272.295.971	742	579	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	16.985.645	24.821.671	807	661	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	241.376.696	294.612.209	807	661	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	36.987.373	32.979.014	789	680	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	476.746.625	360.837.297	789	680	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	5.476.259	7.898.901	602	536	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	87.912.760	120.987.398	602	536	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	31.184.026	33.319.168	822	691	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	331.936.791	376.502.875	822	691	1)	1)	
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)							
VoIP - Internet móvel	5,3	6,9	538	448	1)	1)	
Voip - Internet fixa	68,9	82,4	538	448	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	11,0	16,1	742	579	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	114,6	114,6	742	579	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	6,9	10,3	807	661	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	98,1	121,7	807	661	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	14,1	12,9	789	680	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	182,1	141,5	789	680	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	3,1	4,1	602	536	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	49,5	62,4	602	536	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	11,7	13,1	822	691	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	124,2	147,8	822	691	1)	1)	

Variáveis



Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)							
VoIP - Internet móvel	10.549.734	14.172.811	538	448	1)	1)	
Voip - Internet fixa	137.781.745	170.143.813	538	448	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	26.750.018	38.890.604	742	579	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	278.044.399	277.616.208	742	579	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	17.724.825	26.783.253	807	661	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	251.880.912	317.894.529	807	661	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	37.416.839	33.466.308	789	680	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	482.282.199	366.168.983	789	680	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	5.806.307	8.585.884	602	536	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	93.211.173	131.509.904	602	536	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	31.711.357	35.404.596	822	691	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	337.549.932	400.067.971	822	691	1)	1)	

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet

Acesso lento	78,5%	70,4%	154	154	5,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.
Quebras/ interrupções	66,6%	53,1%	154	154	5,8 p.p.	5,7 p.p.	Sig.
Perdas de acesso	46,4%	41,2%	154	154	6,0 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	32,9%	36,1%	154	154	5,7 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Cobertura do serviço fraca	41,3%	36,0%	154	154	5,9 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Fraco apoio ao cliente	12,6%	20,4%	154	154	3,7 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.
Outros							
NS/NR	3,0%	3,9%	154	154	2,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP

Consumo atual - VoIP	21,4	23,0	543	450	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - STF/STM	78,6	77,0	543	450	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	10,2	10,6	543	450	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	89,8	89,4	543	450	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	7,0	7,4	543	450	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	93,0	92,6	543	450	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	3,6	4,0	543	450	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	96,4	96,0	543	450	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

Consumo atual - mensagens instantâneas	31,7	31,5	742	579	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - STM	68,3	68,5	742	579	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STM - Mensagens instantâneas	16,9	17,1	742	579	2,7 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STM - STM	83,1	82,9	742	579	2,7 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - Mensagens instantâneas	12,5	13,2	742	579	2,4 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - STM	87,5	86,8	742	579	2,4 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - Mensagens instantâneas	7,0	7,8	742	579	1,8 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - STM	93,0	92,2	742	579	1,8 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

Consumo atual - Audiovisual	27,4	28,4	807	661	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - TV	72,6	71,6	807	661	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisual	13,6	14,9	807	661	2,4 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de TV - TV	86,4	85,1	807	661	2,4 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	10,2	11,5	807	661	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - TV	89,8	88,5	807	661	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisual	5,5	6,4	807	661	1,6 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - TV	94,5	93,6	807	661	1,6 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel

Preço	52,8%	53,6%	543	450	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Segurança	14,4%	14,8%	543	450	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	30,4%	30,2%	543	450	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	43,5%	37,6%	543	450	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	15,5%	21,2%	543	450	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Realização de videochamadas	41,7%	44,5%	543	450	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	39,6%	42,8%	543	450	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço VoIP	31,1%	25,5%	543	450	2,6 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Outros	0,1%	0,1%	450	450	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Sig.
NS/NR	4,5%	4,1%	543	450	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel

Preço	50,1%	56,8%	742	579	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Segurança	15,7%	16,2%	742	579	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	29,5%	37,4%	742	579	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	50,1%	45,7%	742	579	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	21,2%	26,3%	742	579	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	18,6%	20,0%	742	579	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	28,0%	19,4%	742	579	2,2 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço IM	41,1%	36,4%	742	579	2,5 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,1%	742	579	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
NS/NR	4,6%	3,5%	742	579	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão

Preço	29,2%	38,0%	807	661	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Segurança	9,9%	10,4%	807	661	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	41,9%	45,2%	807	661	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	63,7%	59,9%	807	661	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,4%	1,2%	807	661	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	11,4%	9,3%	807	661	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas

Melhoria da qualidade das chamadas por serviço VoIP	39,1%	40,5%	543	450	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Internet fixa	31,5%	34,2%	543	450	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Internet móvel	31,4%	38,3%	543	450	2,7 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
Os serviços Voip aumentarem o seu número de funcionalidades	17,9%	21,5%	543	450	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre contactáveis p	37,7%	34,5%	543	450	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,1%	0,7%	543	450	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfego gratuito	0,1%	0,1%	543	450	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,1%	0,4%	543	450	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico fixo/ móvel	0,1%	0,1%	543	450	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
NS/NR	7,0%	3,6%	543	450	1,6 p.p.	1,2 p.p.	Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens

Melhoria da qualidade das mensagens por serviço de mensagens instantâneas	33,0%	32,9%	742	579	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet fixa	21,0%	29,3%	742	579	2,1 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet móvel	32,1%	38,7%	742	579	2,4 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Aumentar o número de funcionalidades do serviço de mensagens instantânea:	26,7%	23,3%	742	579	2,3 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre contactáveis p	38,5%	30,1%	742	579	2,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	2,3%	0,2%	742	579	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Os serviços IM passarem a ser de tráfego gratuito	0,6%	0,0%	742	579	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Sig.
Outros	0,8%	0,6%	742	579	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico móvel	14,9%	14,2%	742	579	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
NS/NR	6,7%	4,5%	742	579	1,3 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem a sua qualidade	33,5%	40,5%	807	661	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a sua qualidade	30,4%	40,7%	807	661	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a sua qualidade	24,4%	30,0%	807	661	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem o seu número de funcionalidades	21,5%	27,2%	807	661	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,5%	0,4%	807	661	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> passarem a ser de tráfego gratuito		0,4%		661	0,1 p.p.	0,3 p.p.	
Redução do preço dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i>	0,8%	1,2%	807	661	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Outros	1,0%	0,7%	807	661	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço de televisão	27,8%	20,0%	807	661	2,3 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
NS/NR	9,2%	8,2%	807	661	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

4.2.1 Caracterização da amostra

Género e classe etária		Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino	
Masculino - mais 55 anos		24,1%		1275		1,6 p.p.		
Masculino - 35 a 54 anos		46,0%		1275		2,0 p.p.		
Masculino - 16 a 34 anos		29,9%		1275		1,8 p.p.		
Feminino - mais 55 anos		9,8%		1404		1,2 p.p.		
Feminino - 35 a 54 anos		34,5%		1404		1,7 p.p.		
Feminino - 16 a 34 anos		55,6%		1404		1,8 p.p.		
Nível de escolaridade		Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
Ensino básico ou menos		8,6%	19,0%	1404	1275	1,1 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Ensino secundário		58,0%	59,2%	1404	1275	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Ensino superior		33,4%	21,8%	1404	1275	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
NS/NR						0,0 p.p.		
Distribuição por região por NUTS II		Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
Norte		34,3%	29,3%	1404	1275	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Centro		21,9%	19,2%	1404	1275	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Lisboa		31,8%	30,3%	1404	1275	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Alentejo		6,4%	8,8%	1404	1275	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Algarve		4,4%	2,9%	1404	1275	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Madeira		0,7%	8,1%	1404	1275	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Açores		0,1%	0,6%	1404	1275	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR		0,4%	0,8%	1404	1275	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Situação profissional		Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
Empregado		60,0%	66,4%	1404	1275	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Desempregado		18,2%	13,4%	1404	1275	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Aluno/ Estudante		16,1%	6,5%	1404	1275	1,3 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Outros inativos		5,7%	13,5%	1404	1275	0,9 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Outros			0,1%	1275		0,1 p.p.	0,1 p.p.	
NS/NR			0,0%	1275		0,1 p.p.	0,1 p.p.	
Rendimento mensal do agregado familiar		Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
Até 485 euros		7,2%	4,7%	1404	1275	1,0 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
De 486 a 970 euros		28,8%	22,5%	1404	1275	1,7 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
De 971 a 1455 euros		27,9%	27,6%	1404	1275	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
De 1456 a 1940 euros		13,1%	18,8%	1404	1275	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
De 1941 a 2425 euros		7,7%	12,1%	1404	1275	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
De 2424 a 2909 euros		3,2%	5,0%	1404	1275	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Igual ou superior a 2910 euros		2,5%	4,2%	1404	1275	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
NS/NR		9,5%	5,1%	1404	1275	1,1 p.p.	0,9 p.p.	Sig.

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Pacote de serviços de telecomunicações		Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino	
Sim		99,1%	98,5%	1379	1237	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Não		0,9%	1,5%	1379	1237	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Operador do pacote de serviços de telecomunicações		Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
Meo		36,0%	39,0%	1354	1210	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
NOS		30,8%	38,9%	1354	1210	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Vodafone		27,3%	19,2%	1354	1210	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Cabovisão		5,9%	2,9%	1354	1210	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços incluídos no pacote de telecomunicações

Televisão por assinatura	76,3%	80,1%	1404	1275	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Serviço telefónico fixo	74,3%	74,5%	1404	1275	1,6 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Serviço telefónico móvel	66,7%	67,8%	1404	1275	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Internet fixa	91,1%	89,1%	1404	1275	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Internet móvel por dados móveis	63,0%	63,4%	1404	1275	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Internet móvel por pen <i>USB</i>	15,2%	15,8%	1404	1275	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	3,4%	0,9%	1404	1275	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Sig.

Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações

Entre 0 e 9,99 euros	7,9%	6,6%	1404	1275	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	11,0%	9,7%	1404	1275	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	8,5%	12,2%	1404	1275	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Entre 30 e 39,99 euros	11,3%	11,7%	1404	1275	1,3 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	13,0%	12,9%	1404	1275	1,3 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	26,0%	25,2%	1404	1275	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	12,1%	13,5%	1404	1275	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	5,0%	6,2%	1404	1275	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
120 euros ou mais	1,1%	0,9%	1404	1275	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	4,1%	1,1%	1404	1275	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Sig.

Tarifários de Internet móvel

Tarifário diário	15,9%	14,8%	347	283	3,3 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.
Tarifário semanal	9,2%	9,3%	347	283	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Tarifário mensal com dados móveis	8,8%	7,3%	347	283	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Assinatura mensal não incluída num pacote de telecomunicações	47,9%	59,1%	347	283	4,7 p.p.	5,2 p.p.	Sig.
Outro	5,5%	4,0%	347	283	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	12,7%	5,4%	347	283	3,1 p.p.	2,2 p.p.	Sig.

Utilização dos grupos de serviços OTT

Motores de busca	97,0%	96,6%	1404	1275	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Redes sociais	94,5%	90,7%	1404	1275	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Serviços audiovisuais	87,2%	87,5%	1404	1275	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Mensagens instantâneas	91,9%	84,4%	1404	1275	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
VoIP	76,3%	77,2%	1404	1275	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Partilha e armazenamento de ficheiros	61,2%	65,5%	1404	1275	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Sig.

Serviços VoIP utilizadosApenas voz:

Skype	6,3%	8,8%	1404	1275	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Skypeout	0,3%	1,2%	1404	1275	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Sig.
Facetime	1,1%	0,8%	1404	1275	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Viber	11,7%	11,2%	1404	1275	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	21,8%	18,0%	1404	1275	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Facebook Messenger	28,9%	22,9%	1404	1275	1,6 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Hangouts	5,2%	4,7%	1404	1275	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,5%	1,0%	1404	1275	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
QQ	0,1%	0,5%	1404	1275	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Line	0,4%	1,0%	1404	1275	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Tango	0,2%	0,4%	1404	1275	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,6%	1,2%	1404	1275	0,3 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Apenas videochamada:

Skype	9,7%	9,5%	1404	1275	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Skypeout	0,6%	0,8%	1404	1275	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Facetime	2,5%	1,8%	1404	1275	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Viber	1,5%	2,0%	1404	1275	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	3,3%	2,2%	1404	1275	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
Facebook Messenger	6,3%	5,3%	1404	1275	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Hangouts	1,6%	1,7%	1404	1275	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,7%	0,4%	1404	1275	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
QQ	0,5%	0,4%	1404	1275	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Line	0,5%	0,2%	1404	1275	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Tango	0,5%	0,3%	1404	1275	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,1%		1404		0,1 p.p.		

Voz + Videochamada:

Skype	30,3%	32,4%	1404	1275	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Skypeout	0,3%	1,2%	1404	1275	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Sig.
Facetime	6,8%	5,8%	1404	1275	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Viber	5,5%	4,8%	1404	1275	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	11,6%	9,4%	1404	1275	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Facebook Messenger	22,9%	22,5%	1404	1275	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Hangouts	3,7%	3,7%	1404	1275	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,8%	0,8%	1404	1275	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
QQ	0,3%	0,4%	1404	1275	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Line	0,5%	0,9%	1404	1275	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Tango	0,6%	0,6%	1404	1275	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	0,8%	0,2%	1404	1275	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Sig.

Serviço VoIP mais utilizado

Skype	28,4%	41,1%	579	557	2,8 p.p.	3,1 p.p.	Sig.
Skypeout							
Facetime	2,4%	2,1%	579	557	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Viber	6,2%	6,8%	579	557	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Whatsapp	14,9%	13,2%	579	557	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Facebook Messenger	46,0%	33,9%	579	557	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Hangouts	1,9%	2,5%	579	557	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,1%		579		0,3 p.p.	0,2 p.p.	
QQ					0,2 p.p.		
Line		0,3%		557	0,2 p.p.	0,2 p.p.	
Tango	0,1%		579		0,1 p.p.		
Outros	0,1%	0,1%	579	557	0,3 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.

Serviços de mensagens instantâneas utilizados

Whatsapp	43,2%	32,5%	1404	1275	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Facebook Messenger	82,8%	66,9%	1404	1275	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Skype	34,8%	36,2%	1404	1275	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Viber	14,3%	13,4%	1404	1275	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Hangouts	10,2%	9,2%	1404	1275	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Wechat	0,5%	0,8%	1404	1275	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Line	0,6%	0,8%	1404	1275	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
QQ		0,2%		1275	0,1 p.p.	0,2 p.p.	
Tango	0,2%	0,4%	1404	1275	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outros	1,9%	1,2%	1404	1275	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nenhum	8,1%	15,6%	1404	1275	1,1 p.p.	1,4 p.p.	Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Whatsapp	18,1%	14,8%	749	686	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Facebook Messenger	71,8%	63,0%	749	686	2,1 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Skype	5,2%	13,7%	749	686	1,3 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Viber	2,6%	4,2%	749	686	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Hangouts	2,1%	4,2%	749	686	0,8 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Wechat							
Line							
QQ						0,1 p.p.	
Tango							
Outros	0,2%	0,0%	749	686	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	84,4%	84,2%	1404	1275	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Spotify	20,3%	16,1%	1404	1275	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Vine	3,5%	2,1%	1404	1275	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Vimeo	7,7%	12,2%	1404	1275	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Apple Music	6,3%	5,2%	1404	1275	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
MEO Musica	9,5%	12,6%	1404	1275	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
RTP Play	5,7%	15,6%	1404	1275	1,0 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
MEO Go	9,1%	13,7%	1404	1275	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
TVI Player	11,1%	11,8%	1404	1275	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
SoundCloud	5,4%	5,2%	1404	1275	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Metacafe	0,6%	1,4%	1404	1275	0,3 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
Tidal	0,0%	0,2%	1404	1275	0,1 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Rhapsody	0,6%	0,3%	1404	1275	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outro	2,0%	2,4%	1404	1275	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Nenhum	13,2%	12,5%	1404	1275	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	89,0%	84,4%	716	684	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Spotify	5,3%	3,2%	716	684	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Vine	0,6%	0,0%	716	684	0,3 p.p.	0,1 p.p.	Sig.
Vimeo	0,0%	0,4%	716	684	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Apple Music	1,1%	0,2%	716	684	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
MEO Musica	1,6%	1,4%	716	684	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
RTP Play	0,3%	1,7%	716	684	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
MEO Go	1,4%	5,4%	716	684	0,6 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
TVI Player	0,5%	1,6%	716	684	0,3 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
SoundCloud		0,2%		684		0,2 p.p.	
Metacafe	0,1%		716		0,1 p.p.		
Tidal							
Rhapsody	0,1%		716		0,1 p.p.		
Outro	0,1%	1,2%	716	684	0,2 p.p.	0,5 p.p.	Sig.

Redes sociais utilizadas

Facebook	92,2%	86,8%	1404	1275	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Instagram	42,6%	22,8%	1404	1275	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
LinkedIn	15,6%	18,2%	1404	1275	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Google Plus	13,9%	19,4%	1404	1275	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Twitter	13,3%	15,2%	1404	1275	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Pinterest	16,0%	4,2%	1404	1275	1,4 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Myspace	2,2%	2,0%	1404	1275	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Flirck	1,5%	1,5%	1404	1275	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Tumblr	8,5%	3,8%	1404	1275	1,1 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Outro	0,5%	0,7%	1404	1275	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Nenhum	5,5%	9,4%	1404	1275	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Rede social mais utilizada

Facebook	90,7%	92,7%	782	554	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Instagram	5,4%	1,8%	782	554	0,9 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
LinkedIn	0,4%	0,7%	782	554	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Google Plus	1,4%	2,7%	782	554	0,5 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Twitter	1,0%	1,2%	782	554	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Pinterest	0,6%		782		0,5 p.p.	0,2 p.p.	
Myspace							
Flirck	0,1%		782		0,1 p.p.		
Tumblr	0,4%	0,6%	782	554	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Outro		0,2%		554	0,1 p.p.	0,3 p.p.	

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dropbox	35,2%	38,2%	1404	1275	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Google Drive	32,7%	38,8%	1404	1275	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
OneDrive	13,2%	19,3%	1404	1275	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
iCloud	12,9%	9,9%	1404	1275	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
MEO Cloud	6,0%	12,8%	1404	1275	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Google Hangouts	4,0%	4,3%	1404	1275	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Office 365	7,3%	7,8%	1404	1275	1,0 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Team Viewer	5,2%	8,2%	1404	1275	0,9 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Salesfoce	0,1%	0,4%	1404	1275	0,2 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
Outro	0,6%	1,7%	1404	1275	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
Nenhum	39,5%	34,6%	1404	1275	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	39,2%	40,1%	500	542	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Google Drive	25,4%	29,0%	500	542	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
OneDrive	12,9%	11,9%	500	542	2,0 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
iCloud	10,5%	3,4%	500	542	1,4 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
MEO Cloud	4,9%	8,0%	500	542	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Google Hangouts	2,1%	2,2%	500	542	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Office 365	2,5%	3,4%	500	542	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Team Viewer	2,3%	1,6%	500	542	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Salesfoce							
Outro	0,2%	0,6%	500	542	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	95,5%	94,5%	1404	1275	0,6 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Yahoo	7,8%	9,5%	1404	1275	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Bing	6,5%	12,7%	1404	1275	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Ask	3,5%	4,9%	1404	1275	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Amazon	10,8%	9,0%	1404	1275	1,2 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Ebay	20,7%	22,7%	1404	1275	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Groupon	9,8%	6,0%	1404	1275	1,2 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
OLX	45,2%	36,5%	1404	1275	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Wikipedia	33,1%	26,0%	1404	1275	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Sapo	28,7%	30,4%	1404	1275	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Outro	1,1%	1,1%	1404	1275	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nenhum	3,0%	3,4%	1404	1275	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado

Google	91,7%	88,0%	768	599	1,3 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Yahoo	0,3%	0,3%	768	599	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Bing	0,1%	1,2%	768	599	0,2 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
Ask					0,1 p.p.		
Amazon	0,6%	0,1%	768	599	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Ebay	1,3%	4,3%	768	599	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Groupon	0,1%	1,2%	768	599	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Sig.
OLX	4,1%	3,2%	768	599	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Wikipedia	0,5%	0,4%	768	599	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Sapo	1,2%	1,1%	768	599	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Outro	0,2%	0,2%	768	599	0,2 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.

No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet

Sim	46,3%	41,6%	1404	1275	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Não	50,2%	55,6%	1404	1275	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
NS/NR	3,5%	2,9%	1404	1275	0,7 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP

Preço	27,6%	34,8%	579	557	2,6 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	29,2%	35,3%	579	557	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	51,1%	48,3%	579	557	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	14,2%	15,4%	579	557	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Realização de videochamadas	30,1%	35,8%	579	557	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Internet	58,9%	56,2%	579	557	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	20,2%	20,7%	579	557	2,4 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	43,8%	34,9%	579	557	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Outros	1,3%	0,9%	579	557	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	2,0%	2,2%	579	557	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas

Preço	26,5%	38,4%	749	686	2,2 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	31,7%	41,4%	749	686	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	55,8%	53,3%	749	686	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	27,5%	30,0%	749	686	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	24,8%	25,0%	749	686	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	34,1%	23,6%	749	686	2,4 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas necessário uma ligação à Internet	60,3%	52,6%	749	686	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Conselho de amigos	14,7%	19,8%	749	686	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	50,3%	44,8%	749	686	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Outros	1,2%	0,4%	749	686	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,5%	2,4%	749	686	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual

Preço	18,8%	28,9%	716	684	2,0 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	44,4%	49,4%	716	684	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	72,7%	68,5%	716	684	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	16,0%	16,3%	716	684	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	1,5%	1,2%	716	684	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	1,8%	0,7%	716	684	0,5 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
NS/NR	5,0%	4,2%	716	684	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de redes sociais

Qualidade do serviço	24,7%	30,6%	782	554	2,1 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	58,2%	52,9%	782	554	2,4 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Conselho de amigos	26,5%	30,9%	782	554	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	66,0%	69,8%	782	554	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	2,5%	0,7%	782	554	0,7 p.p.	0,5 p.p.	Sig.
NS/NR	2,9%	2,9%	782	554	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Preço	19,8%	32,6%	500	542	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Segurança da informação	28,0%	35,3%	500	542	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	44,2%	48,4%	500	542	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	57,2%	61,1%	500	542	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de utilizadores	39,5%	35,0%	500	542	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Utilização do serviço em qualquer dispositivo com acesso à Internet	36,7%	42,8%	500	542	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	42,7%	37,8%	500	542	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Ausência de limitação de tamanho do ficheiro	11,9%	9,1%	500	542	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	16,0%	11,1%	500	542	2,3 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas a este serviço	7,2%	8,8%	500	542	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Outros	0,4%	0,5%	500	542	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	3,9%	1,2%	500	542	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Sig.

Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Qualidade do serviço	54,8%	64,7%	768	599	2,4 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	61,6%	61,4%	768	599	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Conselho de amigos	8,3%	11,8%	768	599	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Ausência de limites para o tipo de informação apresentada	29,4%	29,7%	768	599	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Rápida resposta ao pedido de informação	59,7%	52,9%	768	599	2,4 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Diversas fontes de informação	46,5%	40,2%	768	599	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Compras mais eficientes	2,4%	4,9%	768	599	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Maior leque de escolha/ oferta	3,1%	3,1%	768	599	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Preços reduzidos	3,5%	4,1%	768	599	0,8 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Serviços personalizados	0,7%	0,4%	768	599	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Comodidade do processo de compra	3,3%	2,9%	768	599	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Eliminação de distâncias física	1,0%	2,5%	768	599	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
Acesso 24 horas por dia	2,6%	1,6%	768	599	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros	1,0%	0,4%	768	599	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,9%	1,7%	768	599	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.

Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal

ChatOn	10,7%	11,8%	1404	1275	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Wasabee	5,5%	5,1%	1404	1275	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Amazon Instant Video	11,0%	13,4%	1404	1275	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
BBC iplayer	7,9%	9,2%	1404	1275	0,9 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
HBO Go	9,9%	11,3%	1404	1275	1,0 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Hulu	4,4%	5,3%	1404	1275	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Netflix	34,7%	38,8%	1404	1275	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Sky Go	10,6%	11,6%	1404	1275	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Wuaki TV	1,9%	2,0%	1404	1275	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Pandora	13,3%	14,3%	1404	1275	1,2 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Vevo	32,2%	28,8%	1404	1275	1,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Uber	31,5%	36,5%	1404	1275	1,7 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Nenhum	0,2%	0,1%	1404	1275	0,1 p.p.	0,1 p.p.	Não Sig.
Outro	39,2%	35,6%	1404	1275	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
ChatOn	33,5%	35,9%	144	152	5,6 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Wasabee	21,4%	39,3%	70	67	7,1 p.p.	8,5 p.p.	Sig.
Amazon Instant Video	40,7%	45,5%	145	184	5,7 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.
BBC iplayer	45,7%	39,7%	110	125	6,8 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.
HBO Go	53,0%	57,2%	153	173	6,1 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Hulu	40,0%	48,0%	77	96	7,6 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
Netflix	71,2%	78,2%	591	614	2,6 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Sky Go	35,6%	54,7%	116	141	6,4 p.p.	6,1 p.p.	Sig.
Wuaki TV	8,1%	49,4%	19	24	13,5 p.p.	15,9 p.p.	Sig.
Pandora	37,7%	34,2%	180	199	5,3 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
Vevo	46,6%	46,0%	494	420	3,2 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Uber	38,3%	47,4%	528	569	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
Nenhum	42,0%	100,0%	3	1			
Outro	21,7%	18,0%	923	910	1,9 p.p.	1,8 p.p.	Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP

Dias úteis das 7 às 19 horas:

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Não acede	28,4%	24,7%	579	557	2,8 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,2%	35,5%	579	557	2,5 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,6%	17,1%	579	557	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	12,7%	7,8%	579	557	1,9 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	7,4%	10,7%	579	557	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,8%	2,8%	579	557	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,9%	1,4%	579	557	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	42,5	32,8	579	557	4,7	5,6	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Não acede	18,9%	12,8%	579	557	2,2 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	28,5%	36,6%	579	557	2,6 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,9%	18,5%	579	557	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	13,4%	13,9%	579	557	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,0%	12,9%	579	557	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,3%	4,3%	579	557	1,4 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,0%	1,2%	579	557	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	46,5	39,8	579	557	4,4	4,8	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Não acede	23,3%	20,5%	579	557	2,6 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,9%	31,4%	579	557	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,5%	16,2%	579	557	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	11,2%	13,3%	579	557	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,2%	11,5%	579	557	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,5%	5,9%	579	557	1,4 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,4%	1,2%	579	557	0,9 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
Média min.	53,5	41,2	579	557	6,3	5,9	Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Não acede	21,8%	17,2%	579	557	2,4 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,2%	30,0%	579	557	2,4 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,3%	16,9%	579	557	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,1%	14,1%	579	557	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,2%	12,7%	579	557	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,0%	8,1%	579	557	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,4%	0,9%	579	557	0,6 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	50,1	45,7	579	557	5,3	6,3	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	10,1%	10,2%	749	686	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	31,2%	36,9%	749	686	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,7%	22,7%	749	686	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,9%	12,3%	749	686	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,3%	9,6%	749	686	1,7 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,6%	5,1%	749	686	1,6 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,2%	3,2%	749	686	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	63,6	49,3	749	686	6,1	6,7	Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	8,0%	7,8%	749	686	1,4 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,5%	32,5%	749	686	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	18,4%	18,9%	749	686	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,1%	20,6%	749	686	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,1%	11,9%	749	686	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,9%	6,1%	749	686	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,0%	2,2%	749	686	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Média min.	60,8	50,8	749	686	5,1	7,0	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	9,1%	9,5%	749	686	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,5%	33,5%	749	686	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,0%	18,7%	749	686	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,5%	15,9%	749	686	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	16,8%	10,7%	749	686	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	9,9%	7,8%	749	686	1,6 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,2%	4,0%	749	686	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Média min.	80,0	60,2	749	686	7,6	7,4	Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	10,9%	10,2%	749	686	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,4%	30,0%	749	686	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,5%	14,8%	749	686	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,8%	18,6%	749	686	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,7%	15,3%	749	686	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	12,4%	7,9%	749	686	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	4,4%	3,3%	749	686	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	75,1	61,2	749	686	7,3	7,6	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	19,8%	17,9%	716	684	2,1 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	31,4%	31,4%	716	684	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,1%	21,4%	716	684	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,5%	16,1%	716	684	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	10,5%	8,1%	716	684	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	5,8%	4,5%	716	684	1,1 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,8%	0,6%	716	684	0,5 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Média min.	38,8	34,7	716	684	4,0	5,9	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	10,3%	9,8%	716	684	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	32,7%	24,2%	716	684	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,9%	23,0%	716	684	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,8%	23,0%	716	684	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,6%	13,3%	716	684	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,2%	6,3%	716	684	1,2 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,5%	0,5%	716	684	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Média min.	45,1	45,3	716	684	4,1	5,4	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	14,8%	12,9%	716	684	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	26,5%	27,0%	716	684	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,9%	22,3%	716	684	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	14,1%	15,7%	716	684	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	14,0%	13,5%	716	684	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	10,5%	8,2%	716	684	1,5 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,1%	0,4%	716	684	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
Média min.	58,1	45,8	716	684	6,6	6,4	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	15,1%	12,6%	716	684	1,7 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	25,7%	22,0%	716	684	2,1 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,7%	17,0%	716	684	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,8%	19,7%	716	684	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	15,3%	16,0%	716	684	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	8,5%	11,1%	716	684	1,5 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,9%	1,8%	716	684	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Média min.	54,9	61,0	716	684	5,9	6,9	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de redes sociaisDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	10,2%	12,6%	782	554	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	17,5%	24,3%	782	554	1,9 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	16,6%	22,8%	782	554	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	20,1%	16,9%	782	554	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	17,0%	16,1%	782	554	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	13,1%	5,3%	782	554	1,7 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	5,7%	1,9%	782	554	1,2 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Média min.	85,9	49,9	782	554	9,1	6,5	Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	8,2%	5,6%	782	554	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	13,3%	20,4%	782	554	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	19,6%	22,5%	782	554	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,2%	24,3%	782	554	1,9 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	21,8%	16,2%	782	554	2,2 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	16,5%	9,4%	782	554	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,4%	1,5%	782	554	1,0 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Média min.	84,7	59,6	782	554	7,9	6,9	Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	8,6%	9,4%	782	554	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	15,6%	23,7%	782	554	1,7 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	17,7%	20,6%	782	554	1,8 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	17,2%	18,1%	782	554	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	19,2%	16,1%	782	554	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	15,0%	10,0%	782	554	1,8 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,8%	2,2%	782	554	1,3 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
Média min.	96,3	61,3	782	554	9,2	7,4	Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	10,6%	7,0%	782	554	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	15,5%	19,5%	782	554	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,0%	19,3%	782	554	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	16,0%	18,2%	782	554	1,9 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	20,8%	23,5%	782	554	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	17,1%	10,0%	782	554	1,9 p.p.	1,9 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	6,0%	2,5%	782	554	1,2 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
Média min.	97,1	69,2	782	554	9,8	7,6	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	17,6%	16,1%	500	542	2,3 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	48,3%	42,2%	500	542	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,9%	21,1%	500	542	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	9,7%	10,8%	500	542	1,8 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	5,7%	6,6%	500	542	1,4 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,9%	2,5%	500	542	0,8 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,9%	0,7%	500	542	0,6 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	30,6	27,9	500	542	4,8	4,3	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	27,5%	13,2%	500	542	2,5 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	41,1%	44,6%	500	542	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	14,8%	17,8%	500	542	2,1 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	8,3%	14,8%	500	542	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	5,8%	7,7%	500	542	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	1,5%	1,2%	500	542	0,9 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	0,9%	0,8%	500	542	0,4 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	23,4	27,7	500	542	5,1	4,3	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	28,7%	22,3%	500	542	2,7 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	39,5%	42,0%	500	542	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	15,5%	16,0%	500	542	2,2 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	8,6%	8,5%	500	542	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	6,0%	7,9%	500	542	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	0,6%	2,5%	500	542	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,1%	0,8%	500	542	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	23,0	27,0	500	542	5,1	4,4	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	32,3%	23,7%	500	542	2,7 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	35,8%	37,4%	500	542	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	13,6%	14,9%	500	542	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	8,9%	11,4%	500	542	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	4,3%	8,6%	500	542	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	3,5%	3,2%	500	542	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	1,6%	0,7%	500	542	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Média min.	29,3	29,7	500	542	5,9	4,2	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	12,1%	7,2%	768	599	1,5 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	23,7%	26,0%	768	599	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	23,4%	22,4%	768	599	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,8%	17,7%	768	599	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,3%	18,0%	768	599	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	7,8%	8,0%	768	599	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,9%	0,7%	768	599	0,9 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
Média min.	62,6	51,6	768	599	7,1	6,0	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	7,0%	7,8%	768	599	1,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	27,2%	23,1%	768	599	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	23,6%	23,0%	768	599	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	19,9%	19,5%	768	599	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,5%	16,8%	768	599	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,8%	9,0%	768	599	1,3 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	2,0%	0,7%	768	599	0,8 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Média min.	53,0	53,7	768	599	6,5	6,0	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	9,2%	9,0%	768	599	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,8%	23,4%	768	599	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	27,4%	24,0%	768	599	2,1 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	15,0%	16,2%	768	599	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	13,5%	17,5%	768	599	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,8%	7,6%	768	599	1,3 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,2%	2,4%	768	599	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
Média min.	57,6	58,2	768	599	6,5	7,6	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	12,9%	9,1%	768	599	1,6 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	24,9%	23,6%	768	599	2,0 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	21,5%	22,6%	768	599	2,0 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	18,3%	13,4%	768	599	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	12,5%	19,2%	768	599	1,9 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Entre 2 a 5 horas	6,2%	10,6%	768	599	1,2 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Entre 5 a 12 horas	3,6%	1,6%	768	599	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
Média min.	57,9	60,6	768	599	7,6	7,4	Não Sig.

Serviços VoIP pagos e gratuitos

SKYPE - pago	3,9%	5,2%	366	374	1,2 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	93,5%	92,5%	366	374	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	2,6%	2,2%	366	374	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - pago	32,2%	41,0%	14	25	24,5 p.p.	19,3 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - gratuito	65,5%	43,3%	14	25	24,9 p.p.	19,4 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - NS/NR	2,3%	15,6%	14	25	7,8 p.p.	14,2 p.p.	Não Sig.
FACETIME - pago	9,2%	5,7%	85	70	3,5 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
FACETIME - gratuito	78,6%	84,8%	85	70	6,0 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
FACETIME - NS/NR	12,2%	9,4%	85	70	5,2 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.
VIBER - pago	2,2%	3,2%	138	165	1,5 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
VIBER - gratuito	93,0%	90,4%	138	165	3,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	4,8%	6,5%	138	165	3,0 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - pago	5,1%	4,3%	273	234	2,6 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - gratuito	89,0%	90,9%	273	234	3,8 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	5,9%	4,8%	273	234	2,9 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,5%	0,5%	412	334	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	93,1%	97,7%	412	334	1,8 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	4,4%	1,9%	412	334	1,5 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	6,7%	3,0%	92	87	2,9 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - gratuito	75,5%	92,8%	92	87	6,2 p.p.	4,6 p.p.	Sig.
HANGOUTS - NS/NR	17,8%	4,2%	92	87	5,7 p.p.	3,5 p.p.	Sig.
WECHAT - pago	51,5%	19,4%	10	15	17,0 p.p.	10,0 p.p.	Sig.
WECHAT - gratuito	40,3%	77,1%	10	15	19,2 p.p.	14,9 p.p.	Sig.
WECHAT - NS/NR	8,2%	3,5%	10	15	13,2 p.p.	13,2 p.p.	Não Sig.
QQ - pago	44,0%	54,7%	8	7	16,1 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
QQ - gratuito	41,2%	34,7%	8	7	18,2 p.p.	20,6 p.p.	Não Sig.
QQ - NS/NR	14,8%	10,6%	8	7	9,8 p.p.	17,9 p.p.	Não Sig.
LINE - pago	31,3%	15,0%	9	13	11,7 p.p.	12,6 p.p.	Não Sig.
LINE - gratuito	58,2%	71,5%	9	13	17,0 p.p.	17,4 p.p.	Não Sig.
LINE - NS/NR	10,5%	13,5%	9	13	13,9 p.p.	15,7 p.p.	Não Sig.
TANGO - pago	25,6%	28,6%	12	11	24,7 p.p.	26,7 p.p.	Não Sig.
TANGO - gratuito	42,1%	60,6%	12	11	27,9 p.p.	28,9 p.p.	Não Sig.
TANGO - NS/NR	32,3%	10,8%	12	11	26,5 p.p.	18,3 p.p.	Não Sig.
OUTRO - pago	36,6%	24,9%	11	9	23,2 p.p.	16,0 p.p.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	45,9%	75,1%	11	9	24,4 p.p.	16,0 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	17,5%		11		16,4 p.p.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	6,4%	7,2%	542	524	1,3 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Não	69,7%	74,4%	542	524	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	23,9%	18,4%	542	524	2,6 p.p.	2,6 p.p.	Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

média	8,1	12,0	30	39	2,3	6,2	Não Sig.
-------	-----	------	----	----	-----	-----	----------

Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos

WHATSAPP - pago	3,3%	4,3%	407	293	1,8 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - gratuito	93,7%	89,9%	407	293	2,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	3,0%	5,8%	407	293	1,5 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - pago	2,0%	1,7%	670	541	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	94,0%	94,7%	670	541	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	3,9%	3,6%	670	541	1,1 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
SKYPE - pago	1,2%	6,7%	252	300	1,2 p.p.	1,6 p.p.	Sig.
SKYPE - gratuito	97,2%	89,9%	252	300	1,6 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
SKYPE - NS/NR	1,6%	3,4%	252	300	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
VIBER - pago	2,0%	3,7%	124	125	2,1 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
VIBER - gratuito	94,3%	92,8%	124	125	4,0 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	3,7%	3,5%	124	125	3,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - pago	1,7%	2,7%	113	101	1,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - gratuito	95,0%	92,5%	113	101	3,3 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	3,3%	4,7%	113	101	3,1 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
WECHAT - pago		43,9%		6		19,6 p.p.	
WECHAT - gratuito	100,0%	56,1%	4	6	11,7 p.p.	26,7 p.p.	Sig.
WECHAT - NS/NR					11,7 p.p.	22,5 p.p.	
LINE - pago		32,3%		5			
LINE - gratuito	100,0%	67,7%	4	5			
LINE - NS/NR							
QQ - pago		100,0%		2			
QQ - gratuito							
QQ - NS/NR							
TANGO - pago		38,0%		5			
TANGO - gratuito	100,0%	62,0%	3	5			
TANGO - NS/NR							
OUTRO - pago		34,0%		8		13,3 p.p.	
OUTRO - gratuito	97,1%	66,0%	13	8	7,4 p.p.	14,9 p.p.	Sig.
OUTRO - NS/NR	2,9%		13		7,4 p.p.	7,6 p.p.	

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	4,3%	7,5%	707	656	1,0 p.p.	1,3 p.p.	Sig.
Não	74,1%	68,6%	707	656	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
NS/NR	21,6%	23,9%	707	656	2,2 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

média	5,0	10,0	31	44	0,9	5,6	Não Sig.
-------	-----	------	----	----	-----	-----	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de audiovisual pagos e gratuitos

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
YOUTUBE - pago	2,2%	1,6%	695	655	0,6 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - gratuito	95,9%	96,1%	695	655	1,0 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	1,9%	2,3%	695	655	0,8 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - pago	9,8%	16,0%	184	143	2,9 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - gratuito	87,3%	83,7%	184	143	3,1 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR	2,9%	0,3%	184	143	1,2 p.p.	0,6 p.p.	Sig.
VINE - pago		13,5%		19		5,5 p.p.	
VINE - gratuito	89,9%	86,5%	28	19	6,6 p.p.	6,1 p.p.	Não Sig.
VINE - NS/NR	10,1%		28		6,6 p.p.	2,6 p.p.	
VIMEO - pago		4,2%		104		1,7 p.p.	
VIMEO - gratuito	86,8%	93,1%	68	104	3,9 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	13,2%	2,7%	68	104	3,9 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
APPLE MUSIC - pago	16,6%	19,4%	34	26	6,7 p.p.	11,2 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - gratuito	56,3%	57,3%	34	26	10,5 p.p.	13,3 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	27,1%	23,3%	34	26	9,4 p.p.	11,2 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - pago	12,1%	15,7%	70	98	6,0 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - gratuito	76,9%	75,4%	70	98	7,6 p.p.	7,2 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	11,0%	8,9%	70	98	5,7 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - pago		3,1%		123		1,3 p.p.	
RTP PLAY - gratuito	90,0%	92,2%	43	123	6,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - NS/NR	10,0%	4,6%	43	123	5,9 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
MEO GO - pago	14,7%	14,0%	56	106	6,4 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
MEO GO - gratuito	68,0%	83,8%	56	106	8,5 p.p.	6,0 p.p.	Sig.
MEO GO - NS/NR	17,3%	2,3%	56	106	6,9 p.p.	3,3 p.p.	Sig.
TVI PLAYER - pago		3,6%		80		1,3 p.p.	
TVI PLAYER - gratuito	94,7%	89,6%	57	80	4,9 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	5,3%	6,8%	57	80	4,7 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - pago	1,6%	5,8%	36	53	4,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - gratuito	80,2%	91,0%	36	53	7,9 p.p.	4,4 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	18,2%	3,2%	36	53	7,2 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
METACAFE - pago		21,1%		10		9,6 p.p.	
METACAFE - gratuito	56,2%	78,9%	4	10	25,9 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.
METACAFE - NS/NR	43,8%		4		25,9 p.p.		
TIDAL - pago		100,0%		1			
TIDAL - gratuito							
TIDAL - NS/NR							
RHAPSODY - pago		73,9%		2			
RHAPSODY - gratuito		26,1%		2			
RHAPSODY - NS/NR	100,0%		2				
OUTRO - pago	24,3%	4,6%	11	26	14,1 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	75,7%	95,4%	11	26	14,1 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR							
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado							
Sim	10,5%	5,6%	679	657	1,3 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
Não	66,8%	65,1%	679	657	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
NS/NR	22,6%	29,3%	679	657	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado							
média	5,1	13,8	63	37	1,2	3,8	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Redes sociais pagas e gratuitas

FACEBOOK - pago	2,2%	2,4%	760	536	0,6 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - gratuito	95,9%	96,6%	760	536	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - NS/NR	2,0%	1,0%	760	536	0,7 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - pago	1,6%	1,7%	360	143	0,9 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - gratuito	94,6%	92,0%	360	143	1,6 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	3,9%	6,3%	360	143	1,4 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - pago	1,1%	2,1%	174	135	0,7 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - gratuito	94,7%	97,5%	174	135	1,7 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR	4,2%	0,4%	174	135	1,6 p.p.	1,5 p.p.	Sig.
GOOGLE PLUS - pago	1,3%	0,3%	108	96	1,4 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - gratuito	80,1%	96,7%	108	96	4,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	18,6%	3,0%	108	96	4,3 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
TWITTER - pago	0,9%	2,2%	98	85	0,7 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
TWITTER - gratuito	97,0%	95,2%	98	85	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	2,1%	2,6%	98	85	2,4 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - pago	3,0%	1,6%	149	28	1,4 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - gratuito	93,7%	95,2%	149	28	2,3 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	3,3%	3,2%	149	28	1,8 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
MYSFACEBOOK - pago		3,1%		7		4,3 p.p.	
MYSFACEBOOK - gratuito	98,4%	96,9%	19	7	6,1 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
MYSFACEBOOK - NS/NR	1,6%		19		6,1 p.p.		
FLIRCK - pago		5,7%		7		6,3 p.p.	
FLIRCK - gratuito	97,4%	94,3%	17	7	5,0 p.p.	6,3 p.p.	Não Sig.
FLIRCK - NS/NR	2,6%		17		5,0 p.p.		
TUMBLR - pago	7,6%	1,5%	58	20	2,7 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
TUMBLR - gratuito	90,5%	97,0%	58	20	3,6 p.p.	3,2 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR	1,9%	1,4%	58	20	2,4 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
OUTRO - pago		44,9%		5		16,5 p.p.	
OUTRO - gratuito	100,0%	55,1%	5	5	0,0 p.p.	16,5 p.p.	Sig.
OUTRO - NS/NR							

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

Sim	6,9%	5,0%	753	538	1,1 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
Não	69,1%	73,9%	753	538	2,3 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	23,9%	21,1%	753	538	2,1 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

média	4,0	10,5	46	23	0,9	5,7	Não Sig.
-------	-----	------	----	----	-----	-----	----------

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos

DROPBOX - pago	0,5%	2,6%	311	355	0,7 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
DROPBOX - gratuito	95,0%	95,1%	311	355	1,6 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	4,5%	2,3%	311	355	1,4 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
GOOGLE DRIVE - pago	0,3%	2,4%	249	324	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
GOOGLE DRIVE - gratuito	93,8%	93,1%	249	324	2,3 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	5,8%	4,5%	249	324	2,2 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - pago	0,3%	1,7%	120	144	2,0 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - gratuito	93,7%	94,1%	120	144	3,3 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	5,9%	4,1%	120	144	2,7 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - pago	2,2%	6,2%	114	85	2,6 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - gratuito	92,7%	85,7%	114	85	4,2 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	5,1%	8,1%	114	85	3,4 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - pago	6,1%	2,8%	58	107	3,4 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - gratuito	89,0%	96,4%	58	107	5,3 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	4,8%	0,8%	58	107	4,2 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - pago						4,1 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	98,3%	93,8%	35	43	5,1 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	1,7%	6,2%	35	43	5,1 p.p.	6,0 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - pago	7,0%	19,3%	58	62	5,6 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - gratuito	91,5%	75,2%	58	62	6,3 p.p.	7,6 p.p.	Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	1,5%	5,5%	58	62	3,3 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - pago		1,4%		72	0,7 p.p.	2,8 p.p.	
TEAM VIEWER - gratuito	87,7%	97,9%	39	72	5,3 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	12,3%	0,7%	39	72	5,3 p.p.	0,9 p.p.	Sig.
SALESFORCE - pago		19,1%		4			
SALESFORCE - gratuito	100,0%	80,9%	1	4			
SALESFORCE - NS/NR							
OUTRO - pago						10,6 p.p.	
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	5	14	11,0 p.p.	10,6 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR					11,0 p.p.		

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	9,4%	7,1%	472	515	1,5 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
Não	63,1%	69,7%	472	515	2,9 p.p.	2,9 p.p.	Sig.
NS/NR	27,4%	23,2%	472	515	2,7 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

média	8,0	12,7	38	35	1,2	4,4	Não Sig.
-------	-----	------	----	----	-----	-----	----------

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
SKYPE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	21,8%	26,4%	232	229	4,9 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	53,0%	52,7%	232	229	5,7 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	25,1%	21,0%	232	229	5,1 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	6,9%	36,9%	11	18	15,0 p.p.	22,3 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratuito	75,5%	56,6%	11	18	25,4 p.p.	22,9 p.p.	Não Sig.
SKYPEOUT - NS/NR	17,6%	6,5%	11	18	22,5 p.p.	11,4 p.p.	Não Sig.
FACETIME - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	12,2%	23,9%	69	46	8,9 p.p.	9,8 p.p.	Não Sig.
FACETIME - tráfego de dados não gratuito	55,1%	57,0%	69	46	11,0 p.p.	11,7 p.p.	Não Sig.
FACETIME - NS/NR	32,8%	19,1%	69	46	9,9 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	21,5%	21,8%	88	118	8,5 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	57,2%	62,8%	88	118	9,6 p.p.	8,2 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	21,3%	15,4%	88	118	7,6 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	24,0%	27,3%	186	162	6,0 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	59,3%	55,2%	186	162	7,0 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	16,7%	17,5%	186	162	5,3 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	22,0%	25,3%	267	219	4,9 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	50,5%	56,6%	267	219	5,5 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	27,4%	18,1%	267	219	4,7 p.p.	4,3 p.p.	Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	15,2%	27,5%	67	58	9,7 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	42,1%	51,8%	67	58	10,4 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	42,8%	20,7%	67	58	10,3 p.p.	8,2 p.p.	Sig.
WECHAT - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	43,5%	28,1%	8	13	26,6 p.p.	18,7 p.p.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	50,2%	62,2%	8	13	25,6 p.p.	19,7 p.p.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR	6,4%	9,8%	8	13	13,7 p.p.	17,6 p.p.	Não Sig.
QQ - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	9,2%	62,9%	7	6	29,5 p.p.	22,8 p.p.	Sig.
QQ - tráfego de dados não gratuito	81,6%	25,9%	7	6	29,4 p.p.	25,5 p.p.	Sig.
QQ - NS/NR	9,2%	11,2%	7	6	11,1 p.p.	27,0 p.p.	Não Sig.
LINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	6,8%	32,5%	7	12	26,8 p.p.	18,0 p.p.	Não Sig.
LINE - tráfego de dados não gratuito	93,2%	37,1%	7	12	27,1 p.p.	21,3 p.p.	Sig.
LINE - NS/NR		30,4%		12	10,0 p.p.	21,5 p.p.	
TANGO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	30,0%	71,5%	11	9	27,1 p.p.	29,5 p.p.	Não Sig.
TANGO - tráfego de dados não gratuito	45,8%	15,5%	11	9	29,4 p.p.	23,6 p.p.	Não Sig.
TANGO - NS/NR	24,2%	13,1%	11	9	25,3 p.p.	22,0 p.p.	Não Sig.
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		17,0%		6			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	87,4%	74,1%	7	6			
OUTRO - NS/NR	12,6%	8,9%	7	6			

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Variáveis	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	25,9%	31,3%	305	210	4,9 p.p.	6,2 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	62,8%	53,6%	305	210	5,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	11,2%	15,1%	305	210	3,5 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados gratuito	24,3%	35,3%	429	342	3,8 p.p.	4,4 p.p.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	56,0%	51,1%	429	342	4,3 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	19,7%	13,6%	429	342	3,4 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	21,3%	41,6%	156	187	6,1 p.p.	5,9 p.p.	Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	63,8%	44,4%	156	187	6,7 p.p.	6,0 p.p.	Sig.
SKYPE - NS/NR	14,9%	14,0%	156	187	5,2 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados gratuito	22,5%	21,1%	81	89	8,9 p.p.	7,8 p.p.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	63,6%	58,6%	81	89	9,9 p.p.	9,3 p.p.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	13,9%	20,3%	81	89	7,3 p.p.	7,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	25,5%	29,8%	86	66	8,5 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	56,9%	57,7%	86	66	9,8 p.p.	10,5 p.p.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	17,6%	12,5%	86	66	7,8 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados gratuito		51,5%		6			
WECHAT - tráfego de dados não gratuito	58,2%	35,6%	4	6			
WECHAT - NS/NR	41,8%	12,9%	4	6			
LINE - tráfego de dados gratuito		32,3%		5			
LINE - tráfego de dados não gratuito	84,8%	9,9%	3	5			
LINE - NS/NR	15,2%	57,7%	3	5			
QQ - tráfego de dados gratuito		100,0%		2			
QQ - tráfego de dados não gratuito							
QQ - NS/NR							
TANGO - tráfego de dados gratuito		93,4%		5			
TANGO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	6,6%	3	5			
TANGO - NS/NR							
OUTRO - tráfego de dados gratuito	3,7%	7,1%	11	8	16,7 p.p.	21,4 p.p.	Não Sig.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	70,4%	92,9%	11	8	26,8 p.p.	21,4 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	25,9%		11		24,3 p.p.		

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,8%	19,2%	424	411	3,4 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuito	72,7%	66,5%	424	411	4,0 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR	13,5%	14,3%	424	411	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	11,5%	23,0%	128	102	5,6 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	83,1%	71,9%	128	102	6,5 p.p.	8,2 p.p.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR	5,4%	5,1%	128	102	4,1 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
VINE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	6,0%	30,7%	22	15	10,1 p.p.	18,0 p.p.	Não Sig.
VINE - tráfego de dados não gratuito	83,4%	69,3%	22	15	15,3 p.p.	18,5 p.p.	Não Sig.
VINE - NS/NR	10,6%		22		12,7 p.p.	6,0 p.p.	
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	3,4%	17,0%	44	61	4,2 p.p.	8,1 p.p.	Sig.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	72,9%	75,2%	44	61	12,2 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.
VIMEO - NS/NR	23,7%	7,8%	44	61	11,9 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	18,1%	50,4%	18	19	17,8 p.p.	18,6 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gratuito	33,2%	26,6%	18	19	17,3 p.p.	16,7 p.p.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR	48,7%	23,0%	18	19	18,2 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	53,7%	64,0%	53	74	11,6 p.p.	9,6 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gratuito	33,0%	27,8%	53	74	10,8 p.p.	8,8 p.p.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR	13,3%	8,2%	53	74	7,5 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		20,1%		78	13,7 p.p.	8,3 p.p.	
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuito	96,7%	60,0%	22	78	15,5 p.p.	9,5 p.p.	Sig.
RTP PLAY - NS/NR	3,3%	19,8%	22	78	11,8 p.p.	7,1 p.p.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	48,8%	55,4%	44	74	12,8 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito	39,6%	33,6%	44	74	12,6 p.p.	10,1 p.p.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR	11,6%	11,1%	44	74	8,8 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	5,3%	25,8%	32	56	10,8 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratuito	69,3%	51,0%	32	56	13,3 p.p.	11,4 p.p.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR	25,4%	23,2%	32	56	11,7 p.p.	9,4 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	11,8%	16,3%	25	42	11,3 p.p.	11,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gratuito	54,8%	72,9%	25	42	16,5 p.p.	12,5 p.p.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	33,4%	10,8%	25	42	15,3 p.p.	6,9 p.p.	Sig.
METACAFE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	77,4%	60,1%	2	5			
METACAFE - tráfego de dados não gratuito		39,9%		5			
METACAFE - NS/NR	22,6%		2				
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		100,0%		1			
TIDAL - tráfego de dados não gratuito							
TIDAL - NS/NR							
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		73,9%		2			
RHAPSODY - tráfego de dados não gratuito	45,7%	26,1%	2	2			
RHAPSODY - NS/NR	54,3%		2				
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	5,8%	2,1%	8	21	14,5 p.p.	14,3 p.p.	Não Sig.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	85,7%	96,2%	8	21	28,0 p.p.	14,8 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR	8,5%	1,7%	8	21	25,6 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Redes sociais de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

	Frequência/ Média		Base Amostral		Margem de erro		Significância estatística
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
FACEBOOK - tráfego de dados gratuito	22,1%	28,5%	473	323	3,6 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - tráfego de dados não gratuito	66,5%	60,7%	473	323	4,0 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
FACEBOOK - NS/NR	11,4%	10,9%	473	323	2,7 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - tráfego de dados gratuito	21,5%	35,2%	273	100	4,8 p.p.	8,4 p.p.	Sig.
INSTAGRAM - tráfego de dados não gratuito	69,4%	62,3%	273	100	5,3 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.
INSTAGRAM - NS/NR	9,1%	2,5%	273	100	3,2 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
LINKEDIN - tráfego de dados gratuito	15,9%	24,5%	116	86	6,5 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - tráfego de dados não gratuito	62,7%	68,1%	116	86	7,8 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR	21,4%	7,4%	116	86	6,5 p.p.	4,7 p.p.	Sig.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados gratuito	24,8%	25,5%	74	59	9,2 p.p.	10,2 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados não gratuito	55,7%	56,5%	74	59	9,6 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	19,5%	18,0%	74	59	7,4 p.p.	8,1 p.p.	Não Sig.
TWITTER - tráfego de dados gratuito	10,0%	43,6%	77	55	6,7 p.p.	11,2 p.p.	Sig.
TWITTER - tráfego de dados não gratuito	80,0%	54,8%	77	55	8,9 p.p.	11,1 p.p.	Sig.
TWITTER - NS/NR	10,0%	1,7%	77	55	7,2 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - tráfego de dados gratuito	14,9%	7,7%	101	19	7,4 p.p.	16,9 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - tráfego de dados não gratuito	74,2%	85,5%	101	19	8,3 p.p.	17,6 p.p.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR	11,0%	6,8%	101	19	5,2 p.p.	7,3 p.p.	Não Sig.
MYSAPCE - tráfego de dados gratuito	27,8%	91,9%	14	4	21,0 p.p.	26,6 p.p.	Sig.
MYSAPCE - tráfego de dados não gratuito	72,2%	8,1%	14	4	21,8 p.p.	21,0 p.p.	Sig.
MYSAPCE - NS/NR					8,8 p.p.	18,6 p.p.	
FLIRCK - tráfego de dados gratuito		62,6%		6		34,0 p.p.	
FLIRCK - tráfego de dados não gratuito	100,0%	37,4%	11	6	16,9 p.p.	34,0 p.p.	Sig.
FLIRCK - NS/NR					16,9 p.p.		
TUMBLR - tráfego de dados gratuito	8,0%	31,2%	42	13	7,7 p.p.	21,2 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - tráfego de dados não gratuito	84,8%	68,8%	42	13	10,5 p.p.	23,7 p.p.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR	7,1%		42		7,8 p.p.	16,3 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados gratuito							
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	100,0%	3	4			
OUTRO - NS/NR							

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

DROPBOX - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	20,5%	21,6%	211	246	5,0 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - tráfego de dados não gratuito	63,3%	60,5%	211	246	5,9 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	16,2%	17,9%	211	246	4,6 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	18,9%	21,6%	155	215	5,6 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não gratuito	65,2%	63,8%	155	215	6,6 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	15,9%	14,6%	155	215	5,0 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	18,5%	29,4%	78	106	7,3 p.p.	7,9 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratuito	68,1%	56,1%	78	106	9,3 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	13,4%	14,5%	78	106	7,7 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	34,2%	11,8%	78	66	9,8 p.p.	8,9 p.p.	Sig.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	46,0%	53,3%	78	66	10,4 p.p.	10,8 p.p.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	19,8%	34,9%	78	66	8,2 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	23,7%	35,4%	38	80	13,2 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados não gratuito	50,0%	50,8%	38	80	14,1 p.p.	9,8 p.p.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR	26,3%	13,8%	38	80	12,8 p.p.	6,8 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	13,8%	16,2%	22	25	10,5 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	82,3%	75,4%	22	25	16,3 p.p.	16,1 p.p.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	3,9%	8,4%	22	25	14,3 p.p.	10,3 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	12,6%	35,6%	43	42	10,0 p.p.	12,3 p.p.	Sig.
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratuito	66,4%	48,8%	43	42	12,5 p.p.	12,9 p.p.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR	20,9%	15,6%	43	42	11,3 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito	14,3%	14,0%	25	50	11,1 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gratuito	43,8%	74,3%	25	50	15,6 p.p.	11,6 p.p.	Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR	41,9%	11,7%	25	50	16,3 p.p.	8,6 p.p.	Sig.
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito							
SALESFORCE - tráfego de dados não gratuito	100,0%	78,2%	1	3			
SALESFORCE - NS/NR		21,8%		3			
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados não gratuito		35,1%		12		23,5 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	64,9%	5	12	31,2 p.p.	24,5 p.p.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR					31,2 p.p.	10,4 p.p.	

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

MEO	7,5	7,5	514	459	0,2	0,2	Não Sig.
NOS	7,8	7,7	434	423	0,1	0,2	Não Sig.
Vodafone	8,4	8,2	231	199	0,2	0,2	Não Sig.
Cabovisão	7,4	7,0	69	46	0,5	0,5	Não Sig.
Outro		6,6		2			

Satisfação com o operador de Internet móvel

MEO	7,4	7,5	314	332	0,2	0,2	Não Sig.
NOS	7,8	7,4	199	224	0,3	0,3	Não Sig.
Vodafone	7,9	7,9	288	174	0,3	0,3	Não Sig.
Moche	7,1	8,7	14	11	1,6	1,2	Não Sig.
Yorn	7,3	7,8	41	29	0,8	0,6	Não Sig.
Lycamobile		6,0		1			
Continent Mobile							
UZO		6,1		3			
Phone-ix							
Outro	9,3	7,6	9	14	0,9	1,5	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa

Adequação dos tarifários	51,7%	47,2%	486	399	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	26,9%	33,7%	486	399	2,8 p.p.	3,4 p.p.	Sig.
Assistência/ Apoio técnico	45,6%	45,3%	486	399	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Atendimento	33,4%	36,3%	486	399	3,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	23,8%	25,2%	486	399	2,7 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	73,1%	71,5%	486	399	2,8 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Credibilidade	25,9%	34,5%	486	399	2,8 p.p.	3,4 p.p.	Sig.
Cumprimento condições/ promoções	36,2%	37,2%	486	399	3,0 p.p.	3,4 p.p.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	12,2%	20,2%	486	399	2,1 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	19,9%	29,0%	486	399	2,6 p.p.	3,2 p.p.	Sig.
Preços	53,7%	44,3%	486	399	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Sig.
Proximidade aos clientes	12,0%	16,5%	486	399	2,2 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	43,0%	45,0%	486	399	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	41,5%	46,4%	486	399	3,1 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
Outros	0,3%	0,9%	486	399	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,3%	0,6%	486	399	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa

Preços/ Mensalidade/ Promoções	55,0%	54,3%	153	149	5,4 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Credibilidade do operador	17,8%	12,7%	153	149	3,5 p.p.	4,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	60,5%	59,6%	153	149	5,3 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturação/ Instalação	41,1%	40,6%	153	149	5,2 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	53,2%	48,4%	153	149	5,4 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	39,2%	39,8%	153	149	5,2 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falta de informação	25,4%	15,9%	153	149	4,4 p.p.	4,6 p.p.	Sig.
Alternativas na concorrência	20,2%	24,1%	153	149	4,4 p.p.	4,9 p.p.	Não Sig.
Preço de chamadas de apoio ao cliente	23,2%	33,1%	153	149	4,7 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	34,8%	30,3%	153	149	5,0 p.p.	5,0 p.p.	Não Sig.
Outros	0,7%	0,2%	153	149	0,8 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,6%	1,4%	153	149	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.

Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel

Adequação dos tarifários	68,3%	62,1%	303	248	4,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
Antiguidade/ Fidelidade	33,5%	46,8%	303	248	4,8 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Assistência/ Apoio técnico	33,6%	37,0%	303	248	4,8 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Atendimento	38,4%	34,3%	303	248	4,9 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
Clareza e transparência da informação fornecida	30,1%	28,0%	303	248	4,7 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
Cobertura e velocidade	73,1%	78,8%	303	248	4,7 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
Credibilidade	30,4%	41,7%	303	248	4,5 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Cumprimento condições/ promoções	38,8%	39,5%	303	248	4,9 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
É uma empresa inovadora	16,3%	27,0%	303	248	3,8 p.p.	5,0 p.p.	Sig.
É uma empresa líder/ É uma empresa sólida	23,9%	33,4%	303	248	4,4 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Preços	61,6%	48,9%	303	248	4,9 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Proximidade aos clientes	15,2%	17,8%	303	248	3,9 p.p.	4,6 p.p.	Não Sig.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	33,6%	49,8%	303	248	4,8 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Relação qualidade/preço	42,5%	44,7%	303	248	5,0 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,7%	0,7%	303	248	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,1%	0,2%	303	248	0,3 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel

Preços/ Mensalidade/ Promoções	74,0%	54,6%	107	98	7,1 p.p.	8,5 p.p.	Sig.
Credibilidade do operador	14,2%	12,9%	107	98	5,8 p.p.	5,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	33,7%	49,9%	107	98	8,2 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Reclamações/ Faturação/ Instalação	18,2%	23,4%	107	98	6,1 p.p.	6,9 p.p.	Não Sig.
Qualidade da rede/ Cobertura	38,1%	47,7%	107	98	8,3 p.p.	8,6 p.p.	Não Sig.
Período de fidelização/ Condições de fidelização	32,0%	30,0%	107	98	7,9 p.p.	8,3 p.p.	Não Sig.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente/ Telemarketing/ Falta de informação	29,9%	14,1%	107	98	7,5 p.p.	6,3 p.p.	Sig.
Alternativas na concorrência	27,3%	12,7%	107	98	7,1 p.p.	5,9 p.p.	Sig.
Preço de chamadas de apoio ao cliente	27,9%	33,3%	107	98	7,1 p.p.	8,0 p.p.	Não Sig.
Relação qualidade/preço	37,6%	17,9%	107	98	8,2 p.p.	6,6 p.p.	Sig.
Outros	2,0%	0,6%	107	98	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,5%	1,9%	107	98	1,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.

Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado**Voz:**

1 - 5	7,6%	9,8%	491	481	1,6 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	60,9%	67,1%	491	481	3,1 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10	31,5%	23,1%	491	481	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
média	7,8	7,5	505	490	0,1	0,1	Não Sig.

Vídeo:

1 - 5	9,8%	7,3%	344	349	2,0 p.p.	1,8 p.p.	Não Sig.
6 - 8	69,5%	67,5%	344	349	3,4 p.p.	3,5 p.p.	Não Sig.
9 - 10	20,7%	25,3%	344	349	3,1 p.p.	3,3 p.p.	Não Sig.
média	7,4	7,7	351	353	0,1	0,1	Sig.

Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

1 - 5	1,9%	3,2%	749	686	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
6 - 8	44,5%	54,5%	749	686	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
9 - 10	53,4%	41,5%	749	686	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
média	8,4	8,2	749	686	0,1	0,1	Sig.

Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

1 - 5	2,8%	4,6%	716	684	0,9 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	50,4%	53,0%	716	684	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
9 - 10	46,8%	42,4%	716	684	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
média	8,3	8,1	716	684	0,1	0,1	Não Sig.

Satisfação com a rede social mais utilizada

1 - 5	4,3%	8,9%	782	554	1,0 p.p.	1,4 p.p.	Sig.
6 - 8	50,7%	62,7%	782	554	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
9 - 10	45,0%	27,9%	782	554	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
média	8,1	7,6	782	554	0,1	0,1	Sig.

Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

1 - 5	2,6%	3,4%	500	542	1,1 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	55,4%	54,4%	500	542	3,0 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
9 - 10	41,3%	42,1%	500	542	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
média	8,2	8,2	500	542	0,1	0,1	Não Sig.

Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

1 - 5	0,8%	2,2%	768	599	0,4 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
6 - 8	30,6%	41,2%	768	599	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
9 - 10	68,6%	56,4%	768	599	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
média	8,8	8,6	768	599	0,1	0,1	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado

Voz:

Quebras de ligação	65,1%	43,6%	34	48	11,8 p.p.	10,7 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	8,7%	19,8%	34	48	7,2 p.p.	7,0 p.p.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	11,4%	6,4%	34	48	6,7 p.p.	4,1 p.p.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação		1,4%		48	2,7 p.p.	2,9 p.p.	
Outros motivos	16,2%	13,3%	34	48	9,3 p.p.	6,6 p.p.	Não Sig.
NS/NR	8,6%	24,1%	34	48	7,3 p.p.	9,2 p.p.	Não Sig.

Vídeo:

Quebras de ligação	69,4%	38,9%	32	29	12,4 p.p.	13,3 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	37,0%	23,8%	32	29	12,4 p.p.	9,9 p.p.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	3,1%	8,7%	32	29	7,6 p.p.	7,6 p.p.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação		1,2%		29		3,3 p.p.	
Outros motivos	0,8%	7,9%	32	29	2,1 p.p.	5,8 p.p.	Não Sig.
NS/NR	7,2%	26,8%	32	29	7,6 p.p.	11,3 p.p.	Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Quebras de ligação	61,2%	27,0%	16	24	16,1 p.p.	12,1 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço		11,9%		24	5,5 p.p.	5,7 p.p.	
Delay na transmissão de dados	9,2%	5,9%	16	24	9,8 p.p.	5,3 p.p.	Não Sig.
Poucas funcionalidades		4,9%		24	6,1 p.p.	5,7 p.p.	
Tamanho/ peso da aplicação	6,3%	7,8%	16	24	5,1 p.p.	4,7 p.p.	Não Sig.
Outros motivos	40,2%	20,6%	16	24	14,4 p.p.	11,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	2,9%	25,2%	16	24	11,4 p.p.	13,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

Quebras de ligação	43,7%	35,7%	21	28	11,8 p.p.	12,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	3,6%	13,1%	21	28	7,0 p.p.	9,0 p.p.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	15,8%	14,3%	21	28	11,1 p.p.	11,0 p.p.	Não Sig.
Pouco espaço de armazenamento					3,5 p.p.		
Tamanho/ peso da aplicação	2,7%	1,8%	21	28	2,4 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Outros motivos	16,7%	5,8%	21	28	6,3 p.p.	7,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR	17,5%	38,4%	21	28	11,0 p.p.	14,0 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada

Quebras de ligação	11,2%	7,4%	32	50	7,4 p.p.	6,7 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	7,3%	9,2%	32	50	4,3 p.p.	5,1 p.p.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	33,3%	7,3%	32	50	9,3 p.p.	6,1 p.p.	Sig.
Política de privacidade	15,1%	38,3%	32	50	8,2 p.p.	9,6 p.p.	Sig.
Utilização do serviço por parte de outros utilizadores	1,2%	11,2%	32	50	4,4 p.p.	7,7 p.p.	Não Sig.
Outros motivos	5,9%	5,0%	32	50	6,3 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	26,1%	32,4%	32	50	10,9 p.p.	9,7 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Quebras de ligação	18,7%	18,4%	13	17	11,4 p.p.	15,3 p.p.	Não Sig.
Qualidade do serviço	7,1%	1,5%	13	17	7,7 p.p.	5,4 p.p.	Não Sig.
Política de privacidade	8,9%	2,1%	13	17	10,6 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
Capacidade de armazenamento		14,7%		17	12,5 p.p.	10,2 p.p.	
Outros motivos	27,4%	27,1%	13	17	14,3 p.p.	15,8 p.p.	Não Sig.
NS/NR	37,9%	37,7%	13	17	14,3 p.p.	18,4 p.p.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Quebras de ligação		12,7%		13		14,8 p.p.	
Qualidade do serviço/ Qualidade dos resultados de busca	17,6%	13,8%	8	13	22,2 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
Política de privacidade	38,2%	8,1%	8	13	20,3 p.p.	8,1 p.p.	Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios							
Outros motivos	6,0%	8,7%	8	13	8,8 p.p.	9,8 p.p.	Não Sig.
NS/NR	38,2%	56,6%	8	13	26,1 p.p.	20,0 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado

Voz e pago:

1 - 5	24,1%	7,0%	17	19	15,0 p.p.	11,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	37,8%	57,3%	17	19	18,1 p.p.	16,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10	38,2%	35,6%	17	19	17,0 p.p.	15,5 p.p.	Não Sig.
média	7,4	8,0	17,0	20,0	0,8	0,9	Não Sig.

Vídeo e pago:

1 - 5	4,3%	3,9%	10	12	16,3 p.p.	14,1 p.p.	Não Sig.
6 - 8	69,1%	51,8%	10	12	22,5 p.p.	18,1 p.p.	Não Sig.
9 - 10	26,6%	44,3%	10	12	21,3 p.p.	15,9 p.p.	Não Sig.
média	7,3	8,4	10,0	12,0	1,1	0,9	Não Sig.

Voz e gratuito:

1 - 5	7,9%	8,8%	447	435	1,8 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
6 - 8	55,9%	65,8%	447	435	3,4 p.p.	3,5 p.p.	Sig.
9 - 10	36,2%	25,4%	447	435	3,3 p.p.	3,3 p.p.	Sig.
média	7,9	7,6	471,0	460,0	0,1	0,1	Sig.

Vídeo e gratuito:

1 - 5	9,2%	7,3%	318	324	2,1 p.p.	1,9 p.p.	Não Sig.
6 - 8	64,3%	64,1%	318	324	3,7 p.p.	3,8 p.p.	Não Sig.
9 - 10	26,5%	28,6%	318	324	3,6 p.p.	3,6 p.p.	Não Sig.
média	7,6	7,7	332,0	336,0	0,2	0,1	Não Sig.

Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Pago:

1 - 5	2,5%	2,1%	20	16	6,8 p.p.	13,8 p.p.	Não Sig.
6 - 8	51,8%	42,5%	20	16	15,9 p.p.	16,5 p.p.	Não Sig.
9 - 10	45,7%	55,4%	20	16	15,4 p.p.	16,4 p.p.	Não Sig.
média	8,3	8,5	20,0	17,0	0,6	0,8	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	1,1%	2,8%	706	653	0,5 p.p.	1,0 p.p.	Sig.
6 - 8	42,5%	51,2%	706	653	2,6 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
9 - 10	56,4%	46,0%	706	653	2,6 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
média	8,6	8,3	707,0	656,0	0,1	0,1	Sig.

Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado

Pago:

1 - 5	9,3%		23		7,0 p.p.		
6 - 8	56,0%	84,9%	23	14	15,7 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
9 - 10	34,8%	15,1%	23	14	15,5 p.p.	14,9 p.p.	Não Sig.
média	7,7	8,1	23,0	14,0	0,5	0,3	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	2,7%	4,4%	678	652	0,8 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.
6 - 8	46,6%	52,3%	678	652	2,6 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
9 - 10	50,7%	43,3%	678	652	2,6 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
média	8,4	8,2	679,0	657,0	0,1	0,1	Não Sig.

Qualidade apercebida da rede social mais utilizada

Pago:

1 - 5	17,0%		17		16,0 p.p.	12,0 p.p.	
6 - 8	78,2%	97,7%	17	10	16,9 p.p.	14,3 p.p.	Não Sig.
9 - 10	4,8%	2,3%	17	10	7,0 p.p.	8,5 p.p.	Não Sig.
média	6,7	7,7	17,0	10,0	0,7	0,9	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	1,3%	4,3%	753	535	0,7 p.p.	1,1 p.p.	Sig.
6 - 8	44,6%	58,9%	753	535	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
9 - 10	54,1%	36,8%	753	535	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
média	8,5	8,0	753,0	538,0	0,1	0,1	Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Qualidade percebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Pago:

1 - 5					9,4 p.p.	11,0 p.p.	
6 - 8	87,2%	58,8%	13	19	18,1 p.p.	16,2 p.p.	Não Sig.
9 - 10	12,8%	41,2%	13	19	18,2 p.p.	16,2 p.p.	Não Sig.
média	7,7	8,5	13,0	19,0	0,7	1,0	Não Sig.

Gratuito:

1 - 5	1,1%	2,8%	467	514	0,7 p.p.	0,8 p.p.	Sig.
6 - 8	48,9%	54,9%	467	514	3,1 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
9 - 10	50,0%	42,3%	467	514	3,1 p.p.	3,1 p.p.	Sig.
média	8,4	8,3	472,0	515,0	0,1	0,1	Não Sig.

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	51,3%	50,7%	579	557	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Não	48,7%	49,3%	579	557	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	18,5%	18,3%	303	278	3,2 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	33,9%	42,9%	303	278	3,8 p.p.	4,3 p.p.	Sig.
Operador de Internet e serviço	43,6%	38,3%	303	278	4,0 p.p.	4,2 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	1,4%	0,1%	303	278	0,8 p.p.	0,2 p.p.	Sig.
Outros	1,6%	0,4%	303	278	0,9 p.p.	0,9 p.p.	Não Sig.
NS/NR	1,0%		303		0,8 p.p.	0,1 p.p.	

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	40,8%	37,2%	749	686	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Não	59,2%	62,8%	749	686	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	15,8%	16,6%	294	245	3,1 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	39,5%	37,1%	294	245	3,9 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	41,9%	45,4%	294	245	4,1 p.p.	4,5 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	2,5%	0,6%	294	245	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Sig.
Outros	0,1%	0,3%	294	245	0,5 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	0,1%		294		0,2 p.p.		

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

Sim	54,4%	53,5%	716	684	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Não	45,6%	46,5%	716	684	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	8,1%	7,9%	394	349	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	54,7%	54,2%	394	349	3,5 p.p.	3,9 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	34,4%	36,7%	394	349	3,4 p.p.	3,7 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	2,0%	1,1%	394	349	1,0 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
Outros		0,1%		349	0,5 p.p.	0,1 p.p.	
NS/NR	0,8%	0,1%	394	349	0,5 p.p.	0,2 p.p.	Sig.

Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada

Sim	59,9%	47,4%	782	554	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.
Não	40,1%	52,6%	782	554	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	16,0%	12,8%	463	284	2,5 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	39,4%	47,6%	463	284	3,3 p.p.	4,1 p.p.	Sig.
Operador de Internet e serviço	42,3%	37,7%	463	284	3,4 p.p.	4,0 p.p.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	2,1%	1,5%	463	284	0,8 p.p.	0,8 p.p.	Não Sig.
Outros	0,2%	0,4%	463	284	0,5 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
NS/NR					0,3 p.p.		

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	24,2%	22,9%	500	542	2,4 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.
Não	75,8%	77,1%	500	542	2,4 p.p.	2,2 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	9,4%	10,3%	116	115	4,4 p.p.	5,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	51,9%	36,9%	116	115	6,4 p.p.	6,7 p.p.	Sig.
Operador de Internet e serviço	37,9%	52,5%	116	115	6,1 p.p.	6,9 p.p.	Sig.
Dispositivo utilizado	0,8%		116		0,8 p.p.		
Outros		0,3%		115		0,6 p.p.	
NS/NR						0,6 p.p.	

Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Sim	32,6%	35,0%	768	599	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Não	67,4%	65,0%	768	599	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	2,9%	6,0%	256	210	1,8 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Operador de Internet	51,1%	67,9%	256	210	4,2 p.p.	4,6 p.p.	Sig.
Operador de Internet e serviço	42,5%	23,9%	256	210	4,1 p.p.	4,4 p.p.	Sig.
Dispositivo utilizado	3,3%	1,4%	256	210	1,2 p.p.	1,1 p.p.	Não Sig.
Outros	0,1%	0,9%	256	210	0,7 p.p.	0,7 p.p.	Não Sig.
NS/NR							

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:							
Min.	173.460.897	143.940.666	579	557	1)	1)	
Pop.	1880306	1909896	579	557	1)	1)	
Média	92,3	75,4	579	557	9,3	12,1	Não Sig.
Consumo Presente:							
Min.	189.551.064	151.401.260	579	557	1)	1)	
Pop.	1882586	1911776	579	557	1)	1)	
Média	100,7	79,2	579	557	8,9	10,5	Sig.
Consumo Futuro:							
Min.	200.229.596	162.964.195	579	557	1)	1)	
Pop.	1884869	1913658	579	557	1)	1)	
Média	106,2	85,2	579	557	9,3	11,5	Sig.
Evolução Passado-Presente	9%	5%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	6%	8%			1)	1)	

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:							
Min.	340.703.380	207.864.673	749	686	1)	1)	
Pop.	2265563	2090433	749	686	1)	1)	
Média	150,4	99,4	749	686	23,9	11,5	Sig.
Consumo Presente:							
Min.	311.171.945	228.847.052	749	686	1)	1)	
Pop.	2266769	2091357	749	686	1)	1)	
Média	137,3	109,4	749	686	11,2	12,5	Sig.
Consumo Futuro:							
Min.	326.236.276	241.708.005	749	686	1)	1)	
Pop.	2267976	2092281	749	686	1)	1)	
Média	143,8	115,5	749	686	12,1	12,4	Sig.
Evolução Passado-Presente	-9%	10%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	5%	6%			1)	1)	

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	175.476.616	178.106.160	716	684	1)	1)	
Pop.	2149246	2166931	716	684	1)	1)	
Média	81,6	82,2	716	684	7,7	10,5	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	194.556.014	195.247.060	716	684	1)	1)	
Pop.	2150568	2167527	716	684	1)	1)	
Média	90,5	90,1	716	684	7,6	9,9	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.	210.475.260	216.256.858	716	684	1)	1)	
Pop.	2151891	2168123	716	684	1)	1)	
Média	97,8	99,7	716	684	8,2	11,1	Não Sig.

Evolução Passado-Presente	11%	10%			1)	1)	
---------------------------	-----	-----	--	--	----	----	--

Evolução Presente-Futuro	8%	11%			1)	1)	
--------------------------	----	-----	--	--	----	----	--

Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	400.866.004	249.262.872	782	554	1)	1)	
Pop.	2330620	2246555	782	554	1)	1)	
Média	172,0	111,0	782	554	20,0	38,1	Sig.

Consumo Presente:

Min.	416.152.750	263.939.463	782	554	1)	1)	
Pop.	2331112	2247203	782	554	1)	1)	
Média	178,5	117,5	782	554	15,9	12,0	Sig.

Consumo Futuro:

Min.	423.440.596	273.682.463	782	554	1)	1)	
Pop.	2331604	2247851	782	554	1)	1)	
Média	181,6	121,8	782	554	15,8	12,2	Sig.

Evolução Passado-Presente	4%	6%			1)	1)	
---------------------------	----	----	--	--	----	----	--

Evolução Presente-Futuro	2%	4%			1)	1)	
--------------------------	----	----	--	--	----	----	--

Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	90.027.143	97.555.975	500	542	1)	1)	
Pop.	1507632	1621125	500	542	1)	1)	
Média	59,7	60,2	500	542	10,3	15,1	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	84.913.894	90.607.272	500	542	1)	1)	
Pop.	1508551	1622235	500	542	1)	1)	
Média	56,3	55,9	500	542	8,6	7,8	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.	98.134.614	101.746.693	500	542	1)	1)	
Pop.	1509471	1623346	500	542	1)	1)	
Média	65,0	62,7	500	542	9,8	8,5	Não Sig.

Evolução Passado-Presente	-6%	-7%			1)	1)	
---------------------------	-----	-----	--	--	----	----	--

Evolução Presente-Futuro	16%	12%			1)	1)	
--------------------------	-----	-----	--	--	----	----	--

Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrônico (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	292.081.050	266.344.304	768	599	1)	1)	
Pop.	2392778	2392896	768	599	1)	1)	
Média	122,1	111,3	768	599	13,0	21,1	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.	280.556.610	263.129.501	768	599	1)	1)	
Pop.	2393269	2394040	768	599	1)	1)	
Média	117,2	109,9	768	599	12,5	10,8	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Consumo Futuro:

Min.	309.393.615	286.191.272	768	599	1)	1)	
Pop.	2393760	2395184	768	599	1)	1)	
Média	129,3	119,5	768	599	12,8	11,5	Não Sig.
Evolução Passado-Presente	-4%	-1%			1)	1)	
Evolução Presente-Futuro	10%	9%			1)	1)	

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	21,4	18,7	579	557	1)	1)	
Voip - Internet fixa	79,3	60,5	579	557	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	37,0	27,0	749	686	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	100,2	82,4	749	686	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	19,9	18,9	716	684	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	70,6	71,2	716	684	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	47,7	28,8	782	554	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	130,8	88,6	782	554	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	12,8	14,0	500	542	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	43,4	41,8	500	542	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	30,3	26,3	768	599	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	86,9	83,6	768	599	1)	1)	

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

VoIP - Internet móvel	40.301.580	35.802.013	579	557	1)	1)	
Voip - Internet fixa	149.249.484	115.599.247	579	557	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	83.963.089	56.513.400	749	686	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	227.208.856	172.333.652	749	686	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	42.734.837	40.908.788	716	684	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	151.821.177	154.338.272	716	684	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	111.278.652	64.804.747	782	554	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	304.874.098	199.134.717	782	554	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	19.369.335	22.737.055	500	542	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	65.544.559	67.870.216	500	542	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	72.508.374	62.879.793	768	599	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	208.048.236	200.249.708	768	599	1)	1)	

Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	22,6	20,1	579	557	1)	1)	
Voip - Internet fixa	83,6	65,0	579	557	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	38,8	28,5	749	686	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	105,0	87,0	749	686	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	21,5	20,9	716	684	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	76,3	78,8	716	684	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	48,6	29,9	782	554	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	133,0	91,9	782	554	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	14,8	15,7	500	542	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	50,2	46,9	500	542	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	33,4	28,6	768	599	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	95,8	90,9	768	599	1)	1)	

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

VoIP - Internet móvel	42.572.006	38.536.312	579	557	1)	1)	
Voip - Internet fixa	157.657.590	124.427.882	579	557	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet móvel	88.027.876	59.689.391	749	686	1)	1)	
Mensagens instantâneas -Internet fixa	238.208.400	182.018.615	749	686	1)	1)	
Audiovisuais -Internet móvel	46.231.549	45.310.828	716	684	1)	1)	
Audiovisuais - Internet fixa	164.243.711	170.946.030	716	684	1)	1)	
Redes sociais-Internet móvel	113.227.412	67.196.934	782	554	1)	1)	
Redes sociais - Internet fixa	310.213.184	206.485.529	782	554	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	22.385.055	25.532.390	500	542	1)	1)	
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	75.749.559	76.214.303	500	542	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce -Internet móvel	79.961.146	68.390.842	768	599	1)	1)	
Motores de busca e e-commerce - Internet fixa	229.432.470	217.800.431	768	599	1)	1)	

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT**Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet**

Acesso lento	66,2%	70,4%	111	140	5,3 p.p.	5,2 p.p.	Não Sig.
Quebras/ interrupções	59,1%	56,8%	111	140	5,8 p.p.	5,7 p.p.	Não Sig.
Perdas de acesso	48,0%	43,9%	111	140	6,0 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	34,2%	50,3%	111	140	5,7 p.p.	5,6 p.p.	Sig.
Cobertura do serviço fraca	38,9%	45,8%	111	140	5,9 p.p.	5,6 p.p.	Não Sig.
Fraco apoio ao cliente	8,0%	17,2%	111	140	3,7 p.p.	4,5 p.p.	Sig.
Outros							
NS/NR	8,9%	4,4%	111	140	2,8 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.

9.2.2 - Estudo do lado da Procura**Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP**

Consumo atual - VoIP	21,6	20,8	579	557	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - STF/STM	78,4	79,2	579	557	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	11,4	10,1	579	557	2,6 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	88,6	89,9	579	557	2,6 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	8,2	6,7	579	557	2,2 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	91,8	93,3	579	557	2,2 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	4,1	3,5	579	557	1,6 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	95,9	96,5	579	557	1,6 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

Consumo atual - mensagens instantâneas	33,3	32,6	749	686	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - STM	66,7	67,4	749	686	1,6 p.p.	1,7 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STM - Mensagens instantâneas	18,1	17,9	749	686	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de STM - STM	81,9	82,1	749	686	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - Mensagens instantâneas	14,5	14,1	749	686	2,5 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de STM - STM	85,5	85,9	749	686	2,5 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - Mensagens instantâneas	7,7	7,7	749	686	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de STM - STM	92,3	92,3	749	686	1,9 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

Consumo atual - Audiovisual	23,7	24,0	716	684	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Consumo atual - TV	76,3	76,0	716	684	1,4 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisual	11,8	11,8	716	684	2,4 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Metade do preço de TV - TV	88,2	88,2	716	684	2,4 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	9,0	8,5	716	684	2,1 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Igual ao preço de TV - TV	91,0	91,5	716	684	2,1 p.p.	2,1 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisual	4,8	4,5	716	684	1,6 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.
Dobro do preço de TV - TV	95,2	95,5	716	684	1,6 p.p.	1,6 p.p.	Não Sig.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística



Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel

Preço	52,8%	56,5%	579	557	2,9 p.p.	3,1 p.p.	Não Sig.
Segurança	9,6%	15,9%	579	557	1,9 p.p.	2,2 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	28,9%	34,2%	579	557	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	37,2%	45,3%	579	557	2,9 p.p.	3,0 p.p.	Sig.
Realização de chamadas em grupo	13,0%	13,2%	579	557	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Não Sig.
Realização de videochamadas	33,9%	35,8%	579	557	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	36,9%	37,4%	579	557	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço VoIP	24,1%	20,5%	579	557	2,6 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,5%	0,3%	579	557	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
NS/NR	5,8%	4,1%	579	557	1,3 p.p.	1,2 p.p.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel

Preço	47,9%	55,5%	749	686	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Segurança	10,2%	16,6%	749	686	1,7 p.p.	2,0 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	30,8%	37,3%	749	686	2,3 p.p.	2,7 p.p.	Sig.
Funcionalidades do serviço	51,1%	50,4%	749	686	2,5 p.p.	2,8 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de vídeo	27,1%	30,5%	749	686	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de voz	20,0%	25,9%	749	686	2,0 p.p.	2,3 p.p.	Sig.
Criação de grupos de mensagens com diversos utilizadores	25,4%	17,4%	749	686	2,2 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
A pessoa de contacto estar sempre contactável pelo serviço IM	39,7%	34,7%	749	686	2,5 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,2%	0,1%	749	686	0,3 p.p.	0,2 p.p.	Não Sig.
NS/NR	3,2%	3,3%	749	686	1,0 p.p.	1,0 p.p.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão

Preço	27,7%	41,0%	716	684	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
Segurança	11,5%	16,2%	716	684	1,6 p.p.	1,8 p.p.	Sig.
Qualidade do serviço	42,7%	47,8%	716	684	2,5 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	65,3%	61,5%	716	684	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Outros	1,0%	0,3%	716	684	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
NS/NR	7,3%	6,7%	716	684	1,5 p.p.	1,5 p.p.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas

Melhoria da qualidade das chamadas por serviço VoIP	35,7%	40,6%	579	557	2,8 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Internet fixa	28,8%	31,9%	579	557	2,7 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Internet móvel	32,8%	34,3%	579	557	2,7 p.p.	3,0 p.p.	Não Sig.
Os serviços Voip aumentarem o seu número de funcionalidades	17,6%	21,3%	579	557	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre contactáveis p	35,9%	34,4%	579	557	2,8 p.p.	2,9 p.p.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,1%	0,2%	579	557	0,2 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfego gratuito		0,1%		557	0,1 p.p.	0,2 p.p.	
Outros	0,4%	0,3%	579	557	0,3 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico fixo/ móvel	0,1%	0,1%		557	0,1 p.p.	0,2 p.p.	
NS/NR	8,9%	4,1%	579	557	1,6 p.p.	1,2 p.p.	Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens

Melhoria da qualidade das mensagens por serviço de mensagens instantâneas	30,7%	32,1%	749	686	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet fixa	23,5%	29,8%	749	686	2,1 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Internet móvel	32,2%	36,5%	749	686	2,4 p.p.	2,7 p.p.	Não Sig.
Aumentar o número de funcionalidades do serviço de mensagens instantânea:	27,6%	28,4%	749	686	2,3 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de contactos estiverem sempre contactáveis p	35,3%	30,3%	749	686	2,4 p.p.	2,5 p.p.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,4%	0,7%	749	686	0,6 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Os serviços IM passarem a ser de tráfego gratuito		0,3%		686	0,3 p.p.	0,2 p.p.	
Outros	0,7%	0,9%	749	686	0,4 p.p.	0,5 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço telefónico móvel	15,5%	16,3%	749	686	1,8 p.p.	2,0 p.p.	Não Sig.
NS/NR	6,9%	6,8%	749	686	1,3 p.p.	1,3 p.p.	Não Sig.

Variáveis



Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

Significância estatística

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino

Masculino

Feminino vs Masculino

Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual

	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino vs Masculino
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem a sua qualidade	32,7%	40,4%	716	684	2,4 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a sua qualidade	29,5%	40,4%	716	684	2,3 p.p.	2,6 p.p.	Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a sua qualidade	29,7%	35,4%	716	684	2,2 p.p.	2,5 p.p.	Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> aumentarem o seu número de funcionalidades	23,4%	26,0%	716	684	2,1 p.p.	2,4 p.p.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet fixa/móvel	0,1%	0,3%	716	684	0,3 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> passarem a ser de tráfego gratuito	0,1%	0,2%	716	684	0,1 p.p.	0,3 p.p.	Não Sig.
Redução do preço dos serviços audiovisuais/ <i>streaming</i>	1,4%	1,0%	716	684	0,5 p.p.	0,6 p.p.	Não Sig.
Outros	0,4%	0,6%	716	684	0,4 p.p.	0,4 p.p.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço de televisão	29,3%	17,7%	716	684	2,3 p.p.	2,1 p.p.	Sig.
NS/NR	6,8%	5,9%	716	684	1,4 p.p.	1,4 p.p.	Não Sig.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros





4.2.1 Caracterização da amostra

Género e classe etária															
Masculino - mais 55 anos	3,3%	5,7%	10,5%	13,5%	24,2%	316	1341	1448	845	991	2,0 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.
Masculino - 35 a 54 anos	19,6%	18,3%	23,6%	30,4%	26,5%	316	1341	1448	845	991	4,4 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	2,7 p.p.
Masculino - 16 a 34 anos	16,7%	20,7%	16,1%	14,2%	11,5%	316	1341	1448	845	991	4,1 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.
Feminino - mais 55 anos	6,2%	5,7%	6,0%	5,3%	6,4%	316	1341	1448	845	991	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Feminino - 35 a 54 anos	21,3%	19,5%	17,2%	16,9%	14,0%	316	1341	1448	845	991	4,5 p.p.	2,1 p.p.	1,9 p.p.	2,5 p.p.	2,2 p.p.
Feminino - 16 a 34 anos	33,0%	30,2%	26,7%	19,6%	17,4%	316	1341	1448	845	991	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.
Nível de escolaridade															
Ensino básico ou menos	29,1%	17,4%	13,6%	10,4%	8,6%	316	1341	1448	845	991	5,0 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.
Ensino secundário	56,4%	60,6%	60,9%	57,8%	49,3%	316	1341	1448	845	991	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Ensino superior	14,4%	21,9%	25,5%	31,8%	42,1%	316	1341	1448	845	991	3,9 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.
NS/NR	0,0%					316					0,2 p.p.				
Distribuição por região por NUTS II															
Norte	33,7%	32,2%	32,6%	33,4%	24,9%	316	1341	1448	845	991	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,7 p.p.
Centro	23,7%	21,6%	20,4%	20,0%	18,9%	316	1341	1448	845	991	4,7 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.
Lisboa	24,3%	28,0%	30,0%	34,7%	37,6%	316	1341	1448	845	991	4,7 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Alentejo	7,9%	8,2%	7,5%	5,9%	7,4%	316	1341	1448	845	991	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.
Algarve	1,6%	4,3%	4,7%	2,2%	3,8%	316	1341	1448	845	991	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.
Madeira	7,3%	4,3%	3,6%	3,1%	5,2%	316	1341	1448	845	991	2,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,4 p.p.
Açores	0,3%	0,9%	0,3%	0,3%	1,1%	316	1341	1448	845	991	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.
NS/NR	1,2%	0,5%	0,8%	0,6%	1,0%	316	1341	1448	845	991	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.
Situação profissional															
Empregado	23,5%	62,5%	66,7%	68,3%	64,8%	316	1341	1448	845	991	4,7 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.
Desempregado	56,0%	22,1%	14,1%	9,8%	5,8%	316	1341	1448	845	991	5,5 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.
Aluno/ Estudante	11,3%	8,9%	11,8%	10,0%	11,9%	316	1341	1448	845	991	3,5 p.p.	1,5 p.p.	1,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Outros inativos	8,5%	6,5%	7,4%	11,9%	17,5%	316	1341	1448	845	991	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.
Outros	0,6%					316					0,9 p.p.				
NS/NR		0,0%	0,0%				1341	1448				0,1 p.p.	0,1 p.p.		
Rendimento mensal do agregado familiar															
Até 485 euros	100,0%					316					0,0 p.p.				
De 486 a 970 euros		100,0%					1341					0,0 p.p.			
De 971 a 1455 euros			100,0%					1448					0,0 p.p.		
De 1456 a 1940 euros				100,0%					845					0,0 p.p.	
De 1941 a 2425 euros					56,0%					991					3,1 p.p.
De 2424 a 2909 euros					25,0%					991					2,7 p.p.
Igual ou superior a 2910 euros					19,0%					991					2,4 p.p.
NS/NR															

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Pacote de serviços de telecomunicações															
Sim	99,0%	99,1%	99,2%	99,6%	99,8%	294	1284	1410	822	980	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Não	1,0%	0,9%	0,8%	0,4%	0,2%	294	1284	1410	822	980	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Operador do pacote de serviços de telecomunicações															
Meo	37,1%	40,7%	37,2%	38,0%	38,5%	286	1258	1394	815	973	5,6 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
NOS	31,9%	32,0%	39,2%	40,9%	41,1%	286	1258	1394	815	973	5,4 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Vodafone	23,5%	22,8%	20,0%	18,1%	15,9%	286	1258	1394	815	973	4,9 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.
Cabovisão	7,5%	4,6%	3,6%	2,9%	4,5%	286	1258	1394	815	973	3,1 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações															
Televisão por assinatura	69,9%	75,7%	81,0%	83,4%	89,5%	316	1341	1448	845	991	5,1 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.
Serviço telefónico fixo	67,5%	69,7%	78,0%	81,1%	88,6%	316	1341	1448	845	991	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.
Serviço telefónico móvel	44,6%	54,3%	57,1%	62,2%	65,2%	316	1341	1448	845	991	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Internet fixa	84,9%	89,7%	91,2%	91,9%	96,9%	316	1341	1448	845	991	3,9 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,1 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
 Internet móvel por dados móveis	32,5%	46,4%	49,7%	54,6%	55,0%	316	1341	1448	845	991	5,2 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Internet móvel por pen <i>USB</i>	12,0%	14,1%	15,2%	19,5%	20,5%	316	1341	1448	845	991	3,6 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
NS/NR	1,7%	0,9%	2,1%	0,3%	1,1%	316	1341	1448	845	991	1,4 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,4 p.p.	0,7 p.p.
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações															
Entre 0 e 9,99 euros	10,3%	7,2%	4,2%	2,7%	2,0%	316	1341	1448	845	991	3,4 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Entre 10 e 19,99 euros	13,8%	9,5%	7,6%	5,9%	4,6%	316	1341	1448	845	991	3,8 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Entre 20 e 29,99 euros	14,5%	13,0%	9,8%	9,8%	8,9%	316	1341	1448	845	991	3,9 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.
Entre 30 e 39,99 euros	17,0%	15,5%	16,2%	11,9%	9,1%	316	1341	1448	845	991	4,1 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.
Entre 40 e 49,99 euros	18,8%	14,2%	14,8%	14,5%	13,6%	316	1341	1448	845	991	4,3 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Entre 50 e 69,99 euros	13,3%	24,2%	27,4%	32,0%	28,0%	316	1341	1448	845	991	3,7 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Entre 70 e 89,99 euros	5,6%	10,9%	13,2%	16,7%	17,8%	316	1341	1448	845	991	2,5 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.
Entre 90 e 119,99 euros	3,0%	3,6%	4,7%	5,0%	11,4%	316	1341	1448	845	991	1,9 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.
120 euros ou mais	0,4%	0,6%	0,5%	0,5%	3,1%	316	1341	1448	845	991	0,7 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.
NS/NR	3,3%	1,2%	1,6%	1,0%	1,4%	316	1341	1448	845	991	2,0 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,7 p.p.
Tarifários de Internet móvel															
Tarifário diário	10,3%	19,7%	12,8%	14,0%	13,4%	46	194	203	113	140	8,8 p.p.	5,6 p.p.	4,6 p.p.	6,4 p.p.	5,6 p.p.
Tarifário semanal	11,9%	7,2%	7,8%	9,3%	2,0%	46	194	203	113	140	9,4 p.p.	3,6 p.p.	3,7 p.p.	5,3 p.p.	2,3 p.p.
Tarifário mensal com dados móveis	0,9%	9,7%	4,5%	2,3%	11,4%	46	194	203	113	140	2,7 p.p.	4,2 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	5,3 p.p.
Assinatura mensal não incluída num pac	57,0%	52,0%	61,5%	59,4%	62,5%	46	194	203	113	140	14,3 p.p.	7,0 p.p.	6,2 p.p.	9,1 p.p.	8,0 p.p.
Outro	3,1%	3,6%	5,8%	5,3%	6,8%	46	194	203	113	140	5,0 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.	4,1 p.p.	4,2 p.p.
NS/NR	16,9%	7,9%	7,6%	9,7%	3,9%	46	194	203	113	140	10,8 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	5,5 p.p.	3,2 p.p.
Utilização dos grupos de serviços OTT															
Motores de busca	98,3%	97,6%	98,7%	97,2%	96,7%	316	1341	1448	845	991	1,4 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.
Redes sociais	95,9%	92,7%	95,5%	94,3%	91,6%	316	1341	1448	845	991	2,2 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.
Serviços audiovisuais	92,8%	91,3%	92,0%	89,7%	88,2%	316	1341	1448	845	991	2,8 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Mensagens instantâneas	88,3%	88,3%	89,0%	89,8%	85,4%	316	1341	1448	845	991	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
VoIP	73,3%	74,7%	74,5%	79,4%	74,2%	316	1341	1448	845	991	4,9 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Partilha e armazenamento de ficheiros	61,5%	67,3%	71,4%	67,8%	71,6%	316	1341	1448	845	991	5,4 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Serviços VoIP utilizados															
<u>Apenas voz:</u>															
Skype	8,0%	6,4%	9,5%	8,2%	7,1%	316	1341	1448	845	991	3,0 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.
Skypeout		0,6%	0,2%		0,7%		1341	1448		991		0,4 p.p.	0,2 p.p.		0,5 p.p.
Facetime	2,7%	1,2%	1,2%	0,6%	1,6%	316	1341	1448	845	991	1,8 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Viber	10,7%	9,6%	9,4%	12,7%	8,4%	316	1341	1448	845	991	3,4 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	2,2 p.p.	1,7 p.p.
Whatsapp	6,4%	11,4%	11,2%	10,1%	10,4%	316	1341	1448	845	991	2,7 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.
Facebook Messenger	26,0%	22,9%	22,2%	21,6%	19,5%	316	1341	1448	845	991	4,8 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Hangouts	1,7%	4,5%	5,2%	5,9%	4,5%	316	1341	1448	845	991	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Wechat	1,4%	1,0%	0,5%	0,8%	0,5%	316	1341	1448	845	991	1,3 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.
QQ	1,4%	0,5%	0,3%	0,4%	0,7%	316	1341	1448	845	991	1,3 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Line	1,2%	0,9%	0,6%	0,6%	0,9%	316	1341	1448	845	991	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.
Tango		0,0%	0,1%	0,2%	0,5%		1341	1448	845	991		0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Outros	1,2%	1,0%	1,2%	1,4%	0,8%	316	1341	1448	845	991	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.
<u>Apenas videochamada:</u>															
Skype	10,6%	10,9%	11,2%	9,5%	9,4%	316	1341	1448	845	991	3,4 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.
Skypeout	1,0%	0,3%	0,0%	0,4%	0,7%	316	1341	1448	845	991	1,1 p.p.	0,3 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Facetime	1,9%	1,6%	1,4%	2,2%	2,1%	316	1341	1448	845	991	1,5 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.
Viber	2,2%	1,2%	1,2%	1,7%	1,8%	316	1341	1448	845	991	1,6 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.
Whatsapp	4,3%	0,9%	0,8%	1,2%	1,5%	316	1341	1448	845	991	2,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Facebook Messenger	6,0%	8,8%	5,8%	5,0%	6,1%	316	1341	1448	845	991	2,6 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Hangouts	2,0%	1,3%	1,6%	1,4%	1,2%	316	1341	1448	845	991	1,6 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.
Wechat	1,2%	0,6%	0,6%	0,4%	0,6%	316	1341	1448	845	991	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
QQ	0,9%	0,2%	0,2%	0,4%	0,7%	316	1341	1448	845	991	1,0 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Line	0,9%	0,2%	0,2%	0,0%	0,6%	316	1341	1448	845	991	1,0 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,1 p.p.	0,5 p.p.
Tango	0,7%	0,2%	0,2%	0,1%	0,4%	316	1341	1448	845	991	0,9 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.
Outros				0,2%					845					0,3 p.p.	
<u>Voz + Videochamada:</u>															

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
 Skype	33,6%	32,4%	33,3%	39,2%	38,5%	316	1341	1448	845	991	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Skypeout	0,2%	0,1%	0,6%	0,5%	0,2%	316	1341	1448	845	991	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.
Facetime	2,1%	4,3%	5,3%	6,9%	8,1%	316	1341	1448	845	991	1,6 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Viber	3,8%	5,1%	5,4%	5,2%	4,9%	316	1341	1448	845	991	2,1 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Whatsapp	3,8%	6,5%	5,7%	6,5%	6,0%	316	1341	1448	845	991	2,1 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.
Facebook Messenger	22,6%	24,5%	24,4%	24,8%	22,5%	316	1341	1448	845	991	4,6 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Hangouts	2,1%	4,1%	4,4%	3,5%	5,1%	316	1341	1448	845	991	1,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,4 p.p.
Wechat	1,4%	0,5%	1,3%	0,9%	1,6%	316	1341	1448	845	991	1,3 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.
QQ	0,6%	0,3%	1,0%	0,3%	0,4%	316	1341	1448	845	991	0,9 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Line	0,8%	0,4%	1,7%	0,5%	0,4%	316	1341	1448	845	991	1,0 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.
Tango	0,4%	0,2%	0,1%	0,2%	0,4%	316	1341	1448	845	991	0,7 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Outros	0,2%	0,4%	0,4%	0,2%	0,3%	316	1341	1448	845	991	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Serviço VoIP mais utilizado															
Skype	42,0%	33,2%	41,2%	43,4%	48,7%	123	531	571	364	376	8,7 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Skypeout															
Facetime	0,6%	1,2%	1,5%	1,6%	5,4%	123	531	571	364	376	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	2,3 p.p.
Viber	4,9%	4,5%	6,9%	5,3%	6,2%	123	531	571	364	376	3,8 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.
Whatsapp	7,9%	11,2%	7,6%	6,4%	8,1%	123	531	571	364	376	4,8 p.p.	2,7 p.p.	2,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.
Facebook Messenger	41,9%	48,1%	39,0%	39,0%	28,4%	123	531	571	364	376	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	4,6 p.p.
Hangouts	1,8%	1,5%	2,7%	3,6%	2,5%	123	531	571	364	376	2,3 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,6 p.p.
Wechat		0,3%			0,1%		531			376		0,5 p.p.			0,4 p.p.
QQ	0,6%					123					1,3 p.p.				
Line			0,2%	0,2%				571	364				0,4 p.p.	0,4 p.p.	
Tango					0,1%					376					0,4 p.p.
Outros	0,4%		0,9%	0,6%	0,5%	123		571	364	376	1,1 p.p.		0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.
Serviços de mensagens instantâneas utilizados															
Whatsapp	14,8%	19,6%	21,5%	21,1%	20,6%	316	1341	1448	845	991	3,9 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Facebook Messenger	80,9%	77,6%	78,9%	74,1%	71,6%	316	1341	1448	845	991	4,3 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.
Skype	39,1%	39,6%	41,8%	45,1%	42,0%	316	1341	1448	845	991	5,4 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Viber	8,1%	12,4%	11,8%	12,6%	10,1%	316	1341	1448	845	991	3,0 p.p.	1,8 p.p.	1,7 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.
Hangouts	4,8%	10,1%	11,5%	11,2%	10,5%	316	1341	1448	845	991	2,4 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,9 p.p.
Wechat	0,5%	0,4%	1,2%	0,6%	1,8%	316	1341	1448	845	991	0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Line	0,6%	0,5%	1,1%	0,3%	0,1%	316	1341	1448	845	991	0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.
QQ	0,3%	0,1%		0,4%	0,1%	316	1341		845	991	0,6 p.p.	0,2 p.p.		0,4 p.p.	0,2 p.p.
Tango		0,2%		0,2%	0,2%		1341		845	991		0,2 p.p.		0,3 p.p.	0,3 p.p.
Outros	2,0%	1,6%	0,8%	2,0%	1,3%	316	1341	1448	845	991	1,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
Nenhum	12,1%	11,7%	11,0%	10,2%	14,6%	316	1341	1448	845	991	3,6 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
Whatsapp	8,5%	9,1%	8,5%	8,5%	10,3%	166	696	725	427	521	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.
Facebook Messenger	81,1%	75,1%	74,4%	62,1%	66,2%	166	696	725	427	521	6,0 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.	4,6 p.p.	4,1 p.p.
Skype	8,8%	8,9%	11,3%	19,6%	17,4%	166	696	725	427	521	4,3 p.p.	2,1 p.p.	2,3 p.p.	3,8 p.p.	3,3 p.p.
Viber	1,0%	3,4%	1,9%	4,3%	2,4%	166	696	725	427	521	1,5 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.
Hangouts	0,3%	3,3%	3,8%	5,2%	3,2%	166	696	725	427	521	0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.
Wechat															
Line															
QQ				0,2%					427					0,4 p.p.	
Tango															
Outros	0,4%	0,2%	0,1%	0,1%	0,6%	166	696	725	427	521	0,9 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	87,0%	87,7%	90,3%	86,0%	82,8%	316	1341	1448	845	991	3,7 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.
Spotify	18,1%	18,8%	20,4%	19,9%	22,1%	316	1341	1448	845	991	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Vine	3,5%	3,0%	3,2%	3,7%	4,3%	316	1341	1448	845	991	2,0 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.
Vimeo	12,0%	11,5%	14,3%	14,6%	13,2%	316	1341	1448	845	991	3,6 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Apple Music	2,9%	4,4%	6,0%	3,9%	7,7%	316	1341	1448	845	991	1,8 p.p.	1,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.
MEO Musica	5,3%	9,1%	11,1%	11,3%	14,6%	316	1341	1448	845	991	2,5 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.
RTP Play	6,9%	12,6%	11,2%	13,6%	16,2%	316	1341	1448	845	991	2,8 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.
MEO Go	8,0%	9,3%	10,3%	12,1%	17,9%	316	1341	1448	845	991	3,0 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.
TVI Player	12,3%	12,5%	11,5%	11,0%	12,7%	316	1341	1448	845	991	3,6 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
SoundCloud	8,0%	8,0%	6,6%	6,4%	5,7%	316	1341	1448	845	991	3,0 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.
Metacafe	1,3%	1,4%	0,9%	1,4%	1,1%	316	1341	1448	845	991	1,2 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.
Tidal		0,0%	0,1%	0,4%	0,3%		1341	1448	845	991		0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Rhapsody	1,6%	0,6%	0,2%	0,3%	0,4%	316	1341	1448	845	991	1,4 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Outro	2,8%	1,8%	2,5%	2,7%	1,8%	316	1341	1448	845	991	1,8 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.
Nenhum	8,2%	8,9%	8,2%	10,3%	12,3%	316	1341	1448	845	991	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	88,3%	87,7%	88,0%	87,3%	86,1%	165	705	798	445	523	4,9 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.
Spotify	4,5%	3,8%	5,5%	3,4%	4,2%	165	705	798	445	523	3,2 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Vine	0,1%	0,5%				165	705				0,5 p.p.	0,5 p.p.			
Vimeo			0,3%	0,4%	0,6%			798	445	523			0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.
Apple Music		0,6%	0,7%	0,7%	0,7%		705	798	445	523		0,6 p.p.	0,6 p.p.		0,7 p.p.
MEO Musica	1,7%	1,2%	1,4%	1,4%	1,7%	165	705	798	445	523	2,0 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.
RTP Play		1,7%	0,4%	1,3%	1,4%		705	798	445	523		1,0 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.
MEO Go	3,3%	2,8%	2,2%	4,5%	3,8%	165	705	798	445	523	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	1,6 p.p.
TVI Player	1,4%	1,1%	0,6%	0,6%	1,5%	165	705	798	445	523	1,8 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.
SoundCloud				0,4%					445					0,6 p.p.	
Metacafe	0,4%	0,1%				165	705				1,0 p.p.	0,2 p.p.			
Tidal															
Rhapsody			0,0%					798					0,2 p.p.		
Outro	0,4%	0,5%	0,7%	0,6%		165	705	798	445		0,9 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	

Redes sociais utilizadas

Facebook	95,0%	91,0%	93,4%	90,4%	87,9%	316	1341	1448	845	991	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Instagram	29,7%	30,0%	30,9%	26,5%	30,1%	316	1341	1448	845	991	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.
LinkedIn	17,3%	18,3%	20,5%	27,4%	25,9%	316	1341	1448	845	991	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.
Google Plus	14,8%	15,8%	19,4%	23,2%	21,3%	316	1341	1448	845	991	3,9 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Twitter	21,6%	14,8%	16,0%	17,0%	19,1%	316	1341	1448	845	991	4,5 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.
Pinterest	8,9%	9,3%	11,8%	10,9%	12,6%	316	1341	1448	845	991	3,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
Myspace	2,3%	1,5%	4,3%	1,4%	2,7%	316	1341	1448	845	991	1,7 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.
Flirck	2,8%	2,2%	2,4%	1,6%	1,9%	316	1341	1448	845	991	1,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.
Tumblr	7,1%	6,9%	6,6%	7,1%	7,2%	316	1341	1448	845	991	2,8 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.
Outro	1,1%	0,5%	1,0%	0,8%	0,7%	316	1341	1448	845	991	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.
Nenhum	4,1%	7,3%	4,5%	5,7%	8,4%	316	1341	1448	845	991	2,2 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.

Rede social mais utilizada

Facebook	94,7%	92,2%	93,5%	90,6%	91,1%	165	719	751	442	498	3,4 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Instagram	3,4%	2,1%	2,3%	2,3%	1,9%	165	719	751	442	498	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.
LinkedIn	0,2%	0,6%	0,5%	1,8%	1,8%	165	719	751	442	498	0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.
Google Plus	1,6%	1,4%	1,2%	3,3%	2,1%	165	719	751	442	498	1,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,7 p.p.	1,2 p.p.
Twitter		1,5%	0,8%	1,4%	1,4%		719	751	442	498		0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Pinterest	0,1%	0,5%	0,2%	0,4%	1,6%	165	719	751	442	498	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.
Myspace															
Flirck				0,1%					442					0,3 p.p.	
Tumblr	0,1%	1,5%	1,2%		0,2%	165	719	751		498	0,4 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.		0,4 p.p.
Outro		0,2%	0,4%	0,1%			719	751	442			0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dropbox	28,5%	37,3%	42,9%	41,4%	44,2%	316	1341	1448	845	991	5,0 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Google Drive	34,5%	36,8%	40,7%	40,0%	44,4%	316	1341	1448	845	991	5,2 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
OneDrive	20,0%	17,2%	19,2%	18,2%	18,9%	316	1341	1448	845	991	4,4 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.
iCloud	5,5%	10,5%	11,1%	10,0%	15,1%	316	1341	1448	845	991	2,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
MEO Cloud	6,3%	9,8%	11,3%	10,0%	15,1%	316	1341	1448	845	991	2,7 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
Google Hangouts	2,7%	5,6%	3,7%	3,6%	4,4%	316	1341	1448	845	991	1,8 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.
Office 365	6,1%	7,2%	9,7%	7,9%	9,9%	316	1341	1448	845	991	2,6 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,9 p.p.
Team Viewer	10,1%	7,2%	8,5%	9,3%	7,4%	316	1341	1448	845	991	3,3 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	1,6 p.p.
Salesforce	0,2%	0,3%	0,1%	0,4%	0,5%	316	1341	1448	845	991	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Outro	1,4%	1,2%	1,7%	1,8%	1,3%	316	1341	1448	845	991	1,3 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
Nenhum	39,2%	33,5%	29,3%	32,3%	28,6%	316	1341	1448	845	991	5,4 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	23,5%	38,9%	45,7%	37,8%	37,3%	119	506	600	345	453	7,6 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,5 p.p.
Google Drive	38,6%	25,0%	27,8%	25,6%	31,1%	119	506	600	345	453	8,7 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
OneDrive	20,6%	14,1%	10,0%	14,6%	10,2%	119	506	600	345	453	7,3 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.
iCloud	1,9%	5,5%	3,2%	4,8%	5,7%	119	506	600	345	453	2,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.
MEO Cloud	4,5%	7,3%	5,6%	8,2%	10,6%	119	506	600	345	453	3,7 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.
Google Hangouts	1,0%	3,0%	0,8%	2,0%	0,6%	119	506	600	345	453	1,8 p.p.	1,5 p.p.	0,7 p.p.	1,5 p.p.	0,7 p.p.
Office 365	4,4%	3,1%	3,5%	2,4%	3,2%	119	506	600	345	453	3,7 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.
Team Viewer	4,6%	2,2%	2,7%	3,5%	0,3%	119	506	600	345	453	3,7 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.	0,5 p.p.
Salesforce															
Outro	1,0%	1,0%	0,7%	1,2%	1,0%	119	506	600	345	453	1,8 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	95,8%	95,6%	97,6%	95,2%	93,7%	316	1341	1448	845	991	2,2 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.
Yahoo	10,6%	8,2%	9,5%	10,1%	11,4%	316	1341	1448	845	991	3,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Bing	11,6%	10,4%	11,5%	13,3%	12,5%	316	1341	1448	845	991	3,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
Ask	5,1%	5,8%	5,0%	5,4%	4,0%	316	1341	1448	845	991	2,4 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.
Amazon	7,1%	11,3%	13,6%	11,4%	15,3%	316	1341	1448	845	991	2,8 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.
Ebay	15,3%	25,7%	24,8%	25,2%	24,9%	316	1341	1448	845	991	4,0 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.
Groupon	4,8%	9,0%	8,9%	9,5%	10,5%	316	1341	1448	845	991	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.
OLX	42,2%	47,5%	46,7%	44,2%	41,1%	316	1341	1448	845	991	5,4 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Wikipedia	32,6%	30,8%	36,6%	33,2%	36,6%	316	1341	1448	845	991	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Sapo	21,0%	30,7%	33,1%	33,7%	33,0%	316	1341	1448	845	991	4,5 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,9 p.p.
Outro	0,8%	1,3%	1,4%	1,2%	1,8%	316	1341	1448	845	991	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Nenhum	2,2%	2,4%	1,3%	2,8%	3,4%	316	1341	1448	845	991	1,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.

Motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

Google	90,5%	89,2%	93,1%	92,2%	87,1%	171	733	791	447	496	4,4 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,5 p.p.	3,0 p.p.
Yahoo		0,7%	0,0%	0,3%	0,4%		733	791	447	496		0,6 p.p.	0,1 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.
Bing	1,3%	0,8%	0,4%	0,2%	0,2%	171	733	791	447	496	1,7 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Ask				0,2%					447					0,4 p.p.	
Amazon	0,3%	0,3%	0,0%	0,4%	0,7%	171	733	791	447	496	0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.
Ebay	1,6%	2,7%	1,6%	1,9%	3,0%	171	733	791	447	496	1,9 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.
Groupon		0,2%	0,0%	0,2%	2,2%		733	791	447	496		0,3 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	1,3 p.p.
OLX	4,6%	3,5%	3,5%	3,6%	4,2%	171	733	791	447	496	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.
Wikipedia	1,7%	0,5%	0,0%	0,2%	0,8%	171	733	791	447	496	1,9 p.p.	0,5 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.
Sapo	0,1%	2,1%	0,9%	0,9%	0,9%	171	733	791	447	496	0,4 p.p.	1,0 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.
Outro		0,0%	0,3%		0,5%		733	791		496		0,1 p.p.	0,4 p.p.		0,6 p.p.

No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet

Sim	49,3%	46,3%	48,5%	48,3%	41,3%	316	1341	1448	845	991	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Não	44,3%	51,1%	48,1%	50,1%	56,2%	316	1341	1448	845	991	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
NS/NR	6,3%	2,6%	3,4%	1,6%	2,5%	316	1341	1448	845	991	2,7 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP															
Preço	26,5%	26,6%	32,4%	29,7%	39,5%	123	531	571	364	376	7,8 p.p.	3,8 p.p.	3,8 p.p.	4,7 p.p.	4,9 p.p.
Qualidade do serviço	29,3%	30,7%	33,0%	32,3%	35,4%	123	531	571	364	376	8,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.
Funcionalidades do serviço	52,5%	47,2%	51,2%	52,7%	52,6%	123	531	571	364	376	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,0 p.p.
Realização de chamadas em grupo	14,6%	13,3%	19,2%	13,7%	21,2%	123	531	571	364	376	6,2 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.	4,1 p.p.
Realização de videochamadas	35,1%	36,2%	34,0%	41,1%	45,5%	123	531	571	364	376	8,4 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	5,0 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas necc	52,5%	58,2%	61,2%	59,7%	65,4%	123	531	571	364	376	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	4,8 p.p.
Conselho de amigos	22,9%	19,1%	19,5%	17,6%	20,3%	123	531	571	364	376	7,4 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	3,9 p.p.	4,1 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	37,8%	41,7%	40,9%	31,8%	40,6%	123	531	571	364	376	8,6 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	4,8 p.p.	5,0 p.p.
Outros	1,5%	1,0%	1,3%	0,6%	0,7%	123	531	571	364	376	2,2 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	3,7%	0,8%	1,4%	0,9%	0,9%	123	531	571	364	376	3,3 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas															
Preço	24,0%	27,0%	31,5%	36,0%	39,9%	166	696	725	427	521	6,5 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Qualidade do serviço	33,3%	34,8%	30,2%	33,8%	37,4%	166	696	725	427	521	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.
Funcionalidades do serviço	60,4%	48,3%	54,2%	55,0%	57,7%	166	696	725	427	521	7,4 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	30,6%	26,8%	28,8%	30,7%	28,0%	166	696	725	427	521	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	3,9 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	28,6%	24,1%	24,1%	27,3%	25,0%	166	696	725	427	521	6,9 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	4,2 p.p.	3,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	31,1%	28,3%	32,4%	31,2%	31,2%	166	696	725	427	521	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas necc	64,6%	55,5%	60,8%	60,9%	58,7%	166	696	725	427	521	7,3 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Conselho de amigos	13,9%	14,7%	13,3%	15,1%	14,9%	166	696	725	427	521	5,3 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	50,8%	48,9%	51,5%	41,6%	49,0%	166	696	725	427	521	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
Outros	1,5%	1,4%	0,6%	1,5%	1,8%	166	696	725	427	521	1,9 p.p.	0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.
NS/NR	0,7%	1,7%	1,9%	1,9%	2,1%	166	696	725	427	521	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual															
Preço	20,9%	23,7%	25,2%	25,6%	28,3%	165	705	798	445	523	6,2 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.
Qualidade do serviço	47,4%	49,0%	42,7%	44,4%	49,2%	165	705	798	445	523	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	58,3%	68,7%	69,0%	69,7%	69,4%	165	705	798	445	523	7,5 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.
Conselho de amigos	21,3%	12,8%	20,6%	17,8%	13,6%	165	705	798	445	523	6,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	3,6 p.p.	2,9 p.p.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	4,0%	1,7%	1,5%	1,4%	1,1%	165	705	798	445	523	3,0 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Outros	0,3%	1,1%	1,2%	0,6%	1,9%	165	705	798	445	523	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.	1,2 p.p.
NS/NR	9,0%	5,6%	5,1%	4,6%	6,2%	165	705	798	445	523	4,4 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,1 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de redes sociais															
Qualidade do serviço	30,0%	28,3%	27,4%	23,0%	26,6%	165	719	751	442	498	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Funcionalidades do serviço	53,8%	53,9%	58,0%	56,3%	50,2%	165	719	751	442	498	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.
Conselho de amigos	37,7%	27,6%	24,2%	30,4%	24,2%	165	719	751	442	498	7,4 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,3 p.p.	3,8 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	67,7%	68,9%	68,8%	69,6%	73,4%	165	719	751	442	498	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.
Outros	1,0%	1,9%	1,7%	1,7%	1,3%	165	719	751	442	498	1,5 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.
NS/NR	3,6%	2,2%	2,2%	2,5%	2,5%	165	719	751	442	498	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros															
Preço	23,9%	26,6%	31,0%	25,2%	32,7%	119	506	600	345	453	7,7 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Segurança da informação	32,3%	36,8%	31,7%	40,7%	31,1%	119	506	600	345	453	8,4 p.p.	4,2 p.p.	3,7 p.p.	5,2 p.p.	4,3 p.p.
Qualidade do serviço	50,0%	48,7%	51,3%	47,5%	48,9%	119	506	600	345	453	9,0 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	60,4%	53,9%	59,2%	60,8%	60,2%	119	506	600	345	453	8,8 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
Partilha de ficheiros entre grupos de util	38,2%	39,8%	43,0%	38,6%	43,2%	119	506	600	345	453	8,7 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.
Utilização do serviço em qualquer dispo:	37,4%	37,0%	42,5%	49,9%	50,1%	119	506	600	345	453	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
Elevada capacidade de armazenamento	38,5%	38,6%	43,8%	40,5%	42,6%	119	506	600	345	453	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
Ausência de limitação de tamanho do fic	6,4%	11,5%	15,6%	13,7%	8,5%	119	506	600	345	453	4,4 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.
Conselho de amigos	15,5%	13,3%	13,2%	15,4%	18,2%	119	506	600	345	453	6,5 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	2,4%	7,5%	9,6%	7,8%	12,2%	119	506	600	345	453	2,7 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.	2,8 p.p.	3,0 p.p.
Outros	0,4%	1,0%	0,2%	0,9%	1,2%	119	506	600	345	453	1,1 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.
NS/NR	6,9%	1,6%	1,9%	1,2%	0,4%	119	506	600	345	453	4,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,6 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico															
Qualidade do serviço	62,9%	65,2%	64,1%	60,4%	63,3%	171	733	791	447	496	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.
Funcionalidades do serviço	68,5%	62,8%	66,3%	62,9%	62,9%	171	733	791	447	496	7,0 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
Conselho de amigos	17,6%	10,8%	8,2%	10,0%	10,9%	171	733	791	447	496	5,7 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Ausência de limites para o tipo de inform	32,2%	30,2%	32,7%	30,7%	31,8%	171	733	791	447	496	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	64,9%	62,1%	61,4%	57,0%	63,3%	171	733	791	447	496	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Diversas fontes de informação	48,4%	47,3%	45,7%	43,1%	44,4%	171	733	791	447	496	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.
Compras mais eficientes	3,4%	3,0%	2,0%	2,7%	5,4%	171	733	791	447	496	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.
Maior leque de escolha/ oferta	2,6%	3,1%	3,1%	3,5%	4,5%	171	733	791	447	496	2,4 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.
Preços reduzidos	4,5%	3,8%	2,6%	2,3%	5,8%	171	733	791	447	496	3,1 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.
Serviços personalizados	0,1%	0,7%	0,3%	1,1%	0,5%	171	733	791	447	496	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.
Comodidade do processo de compra	0,8%	1,8%	1,6%	2,4%	4,6%	171	733	791	447	496	1,3 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,9 p.p.
Eliminação de distâncias física	0,3%	0,6%	1,6%	0,8%	2,3%	171	733	791	447	496	0,9 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,3 p.p.
Acesso 24 horas por dia	3,2%	1,9%	1,1%	2,0%	1,9%	171	733	791	447	496	2,6 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.
Outros	0,3%	1,0%	0,7%	1,9%	0,7%	171	733	791	447	496	0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	2,6%	0,5%	1,5%	1,3%	0,9%	171	733	791	447	496	2,4 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal															
ChatOn	9,1%	9,7%	12,9%	10,4%	11,1%	316	1341	1448	845	991	3,2 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.
Wasabee	6,2%	4,5%	5,5%	6,1%	4,6%	316	1341	1448	845	991	2,7 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Amazon Instant Video	10,3%	11,6%	13,4%	12,9%	13,8%	316	1341	1448	845	991	3,3 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
BBC iplayer	4,9%	7,7%	9,6%	8,0%	10,5%	316	1341	1448	845	991	2,4 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,9 p.p.
HBO Go	7,4%	9,6%	10,0%	9,6%	11,1%	316	1341	1448	845	991	2,9 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Hulu	6,8%	5,1%	5,9%	5,0%	5,9%	316	1341	1448	845	991	2,8 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Netflix	35,6%	33,3%	40,0%	42,3%	43,1%	316	1341	1448	845	991	5,3 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Sky Go	8,1%	9,1%	11,2%	8,8%	13,3%	316	1341	1448	845	991	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	1,9 p.p.	2,1 p.p.
Wuaki TV	2,2%	1,6%	1,4%	0,5%	1,8%	316	1341	1448	845	991	1,6 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Pandora	11,0%	11,6%	15,4%	12,4%	14,7%	316	1341	1448	845	991	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.
Vevo	28,5%	28,8%	29,9%	30,4%	27,6%	316	1341	1448	845	991	5,0 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Uber	26,4%	31,6%	33,0%	36,0%	40,0%	316	1341	1448	845	991	4,9 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Nenhum	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	316	1341	1448	845	991	0,7 p.p.	0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.
Outro	45,0%	39,7%	35,9%	34,3%	33,6%	316	1341	1448	845	991	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,2 p.p.	2,9 p.p.
Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal															
ChatOn	39,1%	40,4%	38,4%	28,7%	32,7%	26	134	167	92	103	18,8 p.p.	8,3 p.p.	7,4 p.p.	9,2 p.p.	9,1 p.p.
Wasabee	40,3%	15,6%	45,4%	33,9%	21,1%	15	54	80	45	49	24,8 p.p.	9,7 p.p.	10,9 p.p.	13,8 p.p.	11,4 p.p.
Amazon Instant Video	51,4%	44,7%	49,6%	42,7%	43,4%	36	150	177	115	124	16,3 p.p.	8,0 p.p.	7,4 p.p.	9,0 p.p.	8,7 p.p.
BBC iplayer	81,8%	55,0%	41,7%	43,8%	49,8%	14	111	130	77	97	20,2 p.p.	9,3 p.p.	8,5 p.p.	11,1 p.p.	9,9 p.p.
HBO Go	69,5%	45,9%	56,0%	57,2%	48,9%	25	151	157	88	119	18,0 p.p.	7,9 p.p.	7,8 p.p.	10,3 p.p.	9,0 p.p.
Hulu	36,9%	40,0%	38,5%	44,2%	35,5%	23	86	88	48	79	19,7 p.p.	10,3 p.p.	10,2 p.p.	14,0 p.p.	10,5 p.p.
Netflix	64,2%	75,1%	74,6%	76,6%	76,5%	121	526	623	393	473	8,5 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.
Sky Go	61,8%	44,3%	46,4%	40,9%	42,0%	22	116	146	70	97	20,3 p.p.	9,0 p.p.	8,1 p.p.	11,5 p.p.	9,8 p.p.
Wuaki TV	30,5%	17,4%	41,8%	73,7%	30,2%	5	21	13	5	19	40,4 p.p.	16,2 p.p.	26,8 p.p.	38,6 p.p.	20,6 p.p.
Pandora	37,0%	41,3%	29,8%	33,5%	38,1%	30	169	213	109	138	17,3 p.p.	7,4 p.p.	6,1 p.p.	8,9 p.p.	8,1 p.p.
Vevo	58,3%	45,0%	43,2%	46,3%	43,5%	98	425	447	274	315	9,8 p.p.	4,7 p.p.	4,6 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Uber	37,9%	38,3%	44,1%	46,3%	46,3%	88	483	544	357	448	10,1 p.p.	4,3 p.p.	4,2 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
Nenhum		100,0%			100,0%		2			1					
Outro	23,0%	19,0%	17,2%	18,1%	18,7%	182	855	953	597	686	6,1 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,9 p.p.
Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP															
Dias úteis das 7 às 19 horas:															
Não acede	33,4%	29,6%	30,5%	33,0%	25,4%	123	531	571	364	376	8,3 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,9%	22,6%	29,3%	26,2%	40,5%	123	531	571	364	376	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.	5,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	22,8%	14,3%	17,5%	16,5%	14,6%	123	531	571	364	376	7,4 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,5%	12,5%	10,9%	11,8%	8,4%	123	531	571	364	376	4,6 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	4,2%	11,8%	8,7%	6,8%	6,2%	123	531	571	364	376	3,5 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,1%	7,9%	2,2%	4,9%	3,7%	123	531	571	364	376	4,5 p.p.	2,3 p.p.	1,2 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,2%	1,3%	1,1%	0,8%	1,3%	123	531	571	364	376	2,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	40,1	44,4	29,2	31,7	30,0	123	531	571	364	376	17,0	8,7	5,8	7,4	8,5

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Dias úteis das 19 às 7 horas:															
Não acede	7,6%	13,4%	14,5%	19,5%	14,1%	123	531	571	364	376	4,7 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	33,8%	26,2%	31,8%	31,5%	33,5%	123	531	571	364	376	8,4 p.p.	3,7 p.p.	3,8 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	24,3%	22,8%	19,5%	17,3%	18,4%	123	531	571	364	376	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,2 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,6%	13,7%	16,5%	16,1%	15,0%	123	531	571	364	376	6,9 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,6%	14,2%	13,8%	11,9%	14,4%	123	531	571	364	376	4,4 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,5%	8,5%	3,6%	3,5%	3,2%	123	531	571	364	376	4,6 p.p.	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,5%	1,2%	0,2%	0,2%	1,3%	123	531	571	364	376	2,2 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	46,1	50,1	35,4	32,7	39,7	123	531	571	364	376	15,7	7,7	4,6	5,6	8,1
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	31,2%	19,2%	24,5%	26,4%	17,4%	123	531	571	364	376	8,2 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	18,9%	23,3%	26,7%	28,3%	36,8%	123	531	571	364	376	6,9 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	15,4%	17,2%	14,0%	11,2%	14,3%	123	531	571	364	376	6,4 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	9,2%	11,1%	16,5%	17,8%	17,9%	123	531	571	364	376	5,1 p.p.	2,7 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 2 horas	14,1%	17,5%	13,5%	10,4%	7,7%	123	531	571	364	376	6,2 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,5%	9,6%	3,3%	5,1%	4,7%	123	531	571	364	376	4,7 p.p.	2,5 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,7%	2,2%	1,5%	0,7%	1,3%	123	531	571	364	376	3,3 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	56,4	57,8	39,3	36,6	37,4	123	531	571	364	376	20,4	9,5	7,2	7,2	8,5
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	15,6%	14,1%	21,0%	20,0%	17,9%	123	531	571	364	376	6,4 p.p.	3,0 p.p.	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	16,8%	20,7%	30,3%	27,2%	30,9%	123	531	571	364	376	6,6 p.p.	3,4 p.p.	3,8 p.p.	4,6 p.p.	4,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	28,1%	19,6%	13,5%	15,5%	16,3%	123	531	571	364	376	7,9 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	3,7 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	14,3%	18,1%	14,2%	17,3%	14,5%	123	531	571	364	376	6,2 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	9,3%	13,0%	14,9%	12,4%	12,1%	123	531	571	364	376	5,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	11,6%	12,5%	5,9%	7,3%	7,3%	123	531	571	364	376	5,6 p.p.	2,8 p.p.	1,9 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,3%	2,0%	0,3%	0,2%	1,1%	123	531	571	364	376	3,6 p.p.	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.
Média min.	68,8	62,3	39,0	41,2	44,1	123	531	571	364	376	24,8	9,1	5,6	7,2	9,4
Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas															
Dias úteis das 7 às 19 horas:															
Não acede	7,3%	9,9%	10,6%	12,4%	16,4%	166	696	725	427	521	4,0 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	33,7%	28,1%	33,9%	32,8%	30,5%	166	696	725	427	521	7,2 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	9,6%	20,0%	19,9%	24,0%	19,6%	166	696	725	427	521	4,5 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	24,5%	17,5%	12,4%	10,7%	13,8%	166	696	725	427	521	6,5 p.p.	2,8 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	8,5%	13,2%	13,7%	10,5%	8,9%	166	696	725	427	521	4,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,8%	9,0%	7,4%	6,8%	7,5%	166	696	725	427	521	5,1 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,6%	2,3%	2,0%	2,8%	3,3%	166	696	725	427	521	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	68,9	57,2	50,9	50,8	53,7	166	696	725	427	521	19,2	7,8	8,1	11,1	12,0
Dias úteis das 19 às 7 horas:															
Não acede	5,2%	6,4%	8,9%	9,7%	9,3%	166	696	725	427	521	3,4 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	23,6%	27,2%	24,6%	32,2%	31,9%	166	696	725	427	521	6,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	16,2%	16,8%	20,5%	22,8%	12,5%	166	696	725	427	521	5,6 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	2,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,8%	18,3%	22,4%	14,7%	20,5%	166	696	725	427	521	5,7 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	20,2%	17,4%	15,7%	11,3%	16,6%	166	696	725	427	521	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	3,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,8%	12,2%	6,5%	8,6%	8,0%	166	696	725	427	521	5,1 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas	5,1%	1,6%	1,5%	0,6%	1,2%	166	696	725	427	521	3,4 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	84,4	63,6	51,9	45,7	52,7	166	696	725	427	521	25,2	7,8	7,6	8,8	8,6
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	8,9%	8,7%	12,5%	14,4%	10,9%	166	696	725	427	521	4,3 p.p.	2,1 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	23,0%	24,4%	25,6%	31,7%	31,3%	166	696	725	427	521	6,4 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	12,4%	20,2%	21,7%	18,5%	15,2%	166	696	725	427	521	5,0 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,3%	13,2%	14,0%	14,7%	16,0%	166	696	725	427	521	5,6 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	20,2%	15,8%	15,1%	11,6%	12,4%	166	696	725	427	521	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,1%	12,6%	8,2%	6,0%	10,5%	166	696	725	427	521	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	7,2%	5,0%	2,9%	3,2%	3,7%	166	696	725	427	521	3,9 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.
Média min.	92,4	78,7	58,6	52,5	65,2	166	696	725	427	521	24,5	11,2	8,3	12,6	12,6

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	6,5%	7,6%	11,1%	14,1%	13,9%	166	696	725	427	521	3,7 p.p.	2,0 p.p.	2,3 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 15 min.	18,6%	22,3%	25,3%	30,5%	27,9%	166	696	725	427	521	5,9 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	11,0%	15,6%	16,5%	17,4%	16,8%	166	696	725	427	521	4,8 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,2 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	16,5%	18,8%	13,1%	15,8%	166	696	725	427	521	5,9 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	25,4%	19,3%	17,0%	13,7%	12,8%	166	696	725	427	521	6,6 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	11,0%	14,7%	8,4%	8,6%	10,4%	166	696	725	427	521	4,8 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	8,8%	4,1%	3,0%	2,5%	2,5%	166	696	725	427	521	4,3 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Média min.	103,1	81,9	62,3	55,5	59,1	166	696	725	427	521	28,3	10,2	8,7	12,7	10,9
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual															
Dias úteis das 7 às 19 horas:															
Não acede	17,4%	18,7%	21,9%	19,6%	17,6%	165	705	798	445	523	5,8 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,7 p.p.	3,3 p.p.
Entre 1 a 15 min.	21,5%	29,5%	28,3%	27,5%	27,1%	165	705	798	445	523	6,3 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	25,8%	18,4%	17,8%	16,6%	24,2%	165	705	798	445	523	6,7 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,6%	13,5%	15,2%	16,9%	18,4%	165	705	798	445	523	5,9 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	7,7%	13,8%	9,8%	12,2%	7,8%	165	705	798	445	523	4,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	3,0 p.p.	2,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	4,7%	4,7%	5,6%	6,9%	3,8%	165	705	798	445	523	3,2 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,4 p.p.	1,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,3%	1,4%	1,4%	0,3%	1,2%	165	705	798	445	523	3,1 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	54,5	42,1	41,0	40,6	37,0	165	705	798	445	523	23,3	6,9	6,6	7,0	7,2
Dias úteis das 19 às 7 horas:															
Não acede	8,5%	10,0%	10,0%	6,9%	7,3%	165	705	798	445	523	4,3 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	2,4 p.p.	2,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	18,4%	22,8%	27,2%	25,7%	24,4%	165	705	798	445	523	5,9 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	27,8%	22,4%	19,8%	18,5%	22,5%	165	705	798	445	523	6,8 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	20,1%	20,2%	16,4%	22,0%	24,0%	165	705	798	445	523	6,1 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.
Entre 1 a 2 horas	13,4%	15,5%	16,9%	19,7%	16,4%	165	705	798	445	523	5,2 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	10,8%	7,9%	9,1%	7,0%	4,2%	165	705	798	445	523	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,9%	1,2%	0,6%	0,2%	1,1%	165	705	798	445	523	1,4 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	56,3	52,7	51,3	49,7	47,1	165	705	798	445	523	13,1	7,2	6,7	7,2	8,4
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	13,1%	14,5%	14,5%	14,4%	11,1%	165	705	798	445	523	5,1 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	21,3%	21,5%	21,4%	19,6%	24,4%	165	705	798	445	523	6,2 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,7 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	26,5%	20,7%	20,9%	17,7%	18,9%	165	705	798	445	523	6,7 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	12,7%	15,3%	17,1%	21,1%	20,7%	165	705	798	445	523	5,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	9,4%	16,1%	14,5%	16,7%	13,4%	165	705	798	445	523	4,4 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	13,2%	8,5%	8,7%	10,1%	10,8%	165	705	798	445	523	5,2 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,9%	3,4%	2,9%	0,4%	0,7%	165	705	798	445	523	3,0 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.
Média min.	69,6	62,7	60,2	53,4	53,8	165	705	798	445	523	19,6	10,1	9,1	8,4	9,1
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	12,4%	13,5%	12,4%	8,4%	11,1%	165	705	798	445	523	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	16,6%	20,2%	20,8%	21,3%	19,0%	165	705	798	445	523	5,7 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	21,2%	16,5%	18,2%	15,9%	17,5%	165	705	798	445	523	6,2 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	19,8%	16,6%	16,7%	22,3%	26,0%	165	705	798	445	523	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	14,9%	19,7%	17,2%	20,2%	17,8%	165	705	798	445	523	5,4 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	10,1%	11,3%	13,2%	9,5%	6,5%	165	705	798	445	523	4,6 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,9%	2,2%	1,7%	2,4%	2,1%	165	705	798	445	523	3,3 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.
Média min.	74,9	65,5	64,8	65,4	57,6	165	705	798	445	523	21,8	8,9	8,1	13,1	10,4
Tempo médio dedicado à utilização de redes sociais															
Dias úteis das 7 às 19 horas:															
Não acede	4,0%	7,8%	12,6%	11,4%	12,7%	165	719	751	442	498	3,0 p.p.	2,0 p.p.	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,8%	17,5%	20,0%	22,2%	27,5%	165	719	751	442	498	6,4 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	13,8%	19,2%	17,4%	25,7%	17,4%	165	719	751	442	498	5,3 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	4,1 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	20,6%	19,6%	19,1%	15,9%	14,3%	165	719	751	442	498	6,2 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	21,9%	18,1%	17,2%	10,3%	19,8%	165	719	751	442	498	6,3 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	8,0%	13,0%	9,3%	10,5%	6,9%	165	719	751	442	498	4,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	9,0%	4,8%	4,5%	4,2%	1,5%	165	719	751	442	498	4,4 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	96,4	82,6	71,8	67,3	52,2	165	719	751	442	498	29,6	11,3	10,8	15,5	8,3

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Dias úteis das 19 às 7 horas:															
Não acede	5,0%	5,7%	4,6%	7,4%	6,4%	165	719	751	442	498	3,3 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	13,6%	13,1%	14,5%	17,2%	18,1%	165	719	751	442	498	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	11,8%	17,6%	19,4%	16,1%	23,3%	165	719	751	442	498	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,4 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,7%	19,6%	22,8%	23,2%	18,1%	165	719	751	442	498	6,0 p.p.	2,8 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 2 horas	27,8%	21,3%	25,5%	20,5%	22,1%	165	719	751	442	498	6,8 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	17,7%	18,6%	10,8%	11,5%	10,8%	165	719	751	442	498	5,8 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	5,4%	4,2%	2,4%	4,1%	1,2%	165	719	751	442	498	3,5 p.p.	1,5 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	101,9	93,2	73,6	78,7	63,4	165	719	751	442	498	24,4	10,9	8,7	15,6	8,8
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	6,3%	6,6%	9,1%	9,3%	10,7%	165	719	751	442	498	3,7 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	18,0%	15,0%	14,4%	20,7%	23,4%	165	719	751	442	498	5,9 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	11,9%	18,0%	20,4%	17,5%	18,6%	165	719	751	442	498	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	20,3%	16,1%	17,9%	20,6%	15,9%	165	719	751	442	498	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,8 p.p.	3,2 p.p.
Entre 1 a 2 horas	20,1%	21,7%	20,7%	16,3%	18,8%	165	719	751	442	498	6,1 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,4 p.p.	3,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	13,8%	16,0%	13,4%	11,1%	9,6%	165	719	751	442	498	5,3 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	9,5%	6,6%	4,2%	4,5%	3,1%	165	719	751	442	498	4,5 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	109,0	99,1	81,7	75,7	65,8	165	719	751	442	498	28,6	12,3	10,4	15,7	11,1
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	5,4%	5,6%	7,5%	9,7%	10,3%	165	719	751	442	498	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	13,7%	11,4%	14,1%	17,6%	19,4%	165	719	751	442	498	5,2 p.p.	2,3 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	6,6%	15,7%	16,0%	14,9%	20,4%	165	719	751	442	498	3,8 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	19,8%	18,2%	17,9%	18,1%	13,9%	165	719	751	442	498	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	24,5%	21,4%	26,3%	24,8%	22,2%	165	719	751	442	498	6,6 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	4,8 p.p.	3,7 p.p.
Entre 2 a 5 horas	22,0%	21,8%	14,8%	8,9%	10,9%	165	719	751	442	498	6,3 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	8,0%	5,9%	3,3%	6,0%	2,9%	165	719	751	442	498	4,1 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	120,4	107,6	84,6	84,6	70,1	165	719	751	442	498	26,4	12,1	9,8	16,8	11,4
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros															
Dias úteis das 7 às 19 horas:															
Não acede	25,2%	19,7%	20,0%	17,7%	16,2%	119	506	600	345	453	7,8 p.p.	3,5 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	37,9%	41,9%	44,6%	43,3%	41,1%	119	506	600	345	453	8,7 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	23,3%	17,3%	16,2%	19,1%	18,8%	119	506	600	345	453	7,6 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	5,9%	9,8%	10,0%	7,2%	10,4%	119	506	600	345	453	4,2 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	5,3%	8,3%	6,6%	8,9%	8,7%	119	506	600	345	453	4,0 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	1,2%	1,6%	1,8%	3,2%	3,4%	119	506	600	345	453	1,9 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,1%	1,4%	0,8%	0,7%	1,5%	119	506	600	345	453	1,9 p.p.	1,0 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	23,8	29,7	25,6	29,2	34,9	119	506	600	345	453	8,3	6,8	5,7	6,4	10,2
Dias úteis das 19 às 7 horas:															
Não acede	24,2%	16,2%	22,1%	17,6%	13,5%	119	506	600	345	453	7,7 p.p.	3,2 p.p.	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	40,2%	46,8%	39,3%	39,0%	48,6%	119	506	600	345	453	8,8 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.
Entre 15 a 30 min.	13,8%	15,8%	17,7%	20,9%	15,0%	119	506	600	345	453	6,2 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	4,3 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	13,4%	11,2%	11,0%	12,4%	12,9%	119	506	600	345	453	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,5%	4,9%	8,7%	6,8%	7,8%	119	506	600	345	453	4,4 p.p.	1,9 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	1,5%	3,8%	0,9%	2,9%	1,2%	119	506	600	345	453	2,2 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	1,0 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,4%	1,3%	0,3%	0,4%	1,0%	119	506	600	345	453	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	23,2	31,3	23,5	27,5	27,9	119	506	600	345	453	7,0	9,1	4,0	7,5	8,6
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	25,8%	26,4%	24,3%	27,2%	27,3%	119	506	600	345	453	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.	4,7 p.p.	4,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	39,5%	36,0%	40,0%	38,4%	36,5%	119	506	600	345	453	8,8 p.p.	4,2 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	4,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	19,3%	17,4%	17,2%	15,4%	15,9%	119	506	600	345	453	7,1 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,1%	9,1%	7,9%	10,9%	10,5%	119	506	600	345	453	4,6 p.p.	2,5 p.p.	2,2 p.p.	3,3 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	4,6%	5,9%	8,3%	5,6%	7,1%	119	506	600	345	453	3,8 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	3,3%	4,0%	1,8%	1,9%	1,9%	119	506	600	345	453	3,2 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,4%	1,2%	0,6%	0,6%	0,8%	119	506	600	345	453	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.
Média min.	23,7	31,0	24,6	23,6	25,5	119	506	600	345	453	9,3	9,4	5,3	5,8	6,5

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	31,4%	24,9%	27,4%	24,3%	24,2%	119	506	600	345	453	8,3 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,5 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	28,8%	36,1%	38,1%	35,1%	37,7%	119	506	600	345	453	8,1 p.p.	4,2 p.p.	3,9 p.p.	5,0 p.p.	4,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	14,7%	17,1%	12,7%	16,3%	18,0%	119	506	600	345	453	6,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,6%	11,1%	10,5%	16,4%	9,7%	119	506	600	345	453	5,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,9 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,5%	4,9%	8,2%	4,9%	6,5%	119	506	600	345	453	4,4 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,8%	4,1%	2,8%	2,6%	3,5%	119	506	600	345	453	4,2 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,1%	1,8%	0,3%	0,5%	0,5%	119	506	600	345	453	1,9 p.p.	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.
Média min.	34,6	33,9	25,4	26,4	26,9	119	506	600	345	453	14,3	10,3	4,8	7,1	6,2
Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico															
Dias úteis das 7 às 19 horas:															
Não acede	5,8%	8,2%	8,3%	7,1%	8,1%	171	733	791	447	496	3,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	30,9%	20,1%	20,7%	21,0%	24,2%	171	733	791	447	496	6,9 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	3,8 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	22,7%	21,0%	24,5%	21,5%	19,9%	171	733	791	447	496	6,3 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,2%	21,2%	18,6%	16,7%	21,2%	171	733	791	447	496	5,7 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.	3,5 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	14,8%	16,5%	16,9%	20,3%	15,1%	171	733	791	447	496	5,3 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,0%	9,0%	8,8%	10,1%	9,3%	171	733	791	447	496	3,5 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,5%	4,0%	2,2%	3,3%	2,1%	171	733	791	447	496	2,4 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.
Média min.	54,2	70,0	60,7	70,4	59,7	171	733	791	447	496	15,5	9,2	8,1	13,9	10,8
Dias úteis das 19 às 7 horas:															
Não acede	4,4%	6,7%	3,9%	9,6%	6,1%	171	733	791	447	496	3,1 p.p.	1,8 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	26,4%	22,0%	25,2%	15,4%	20,9%	171	733	791	447	496	6,6 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	3,3 p.p.	3,6 p.p.
Entre 15 a 30 min.	25,3%	18,3%	21,6%	24,2%	21,8%	171	733	791	447	496	6,5 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,6%	19,1%	22,5%	16,6%	25,8%	171	733	791	447	496	4,8 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 2 horas	18,7%	21,1%	17,5%	20,0%	14,6%	171	733	791	447	496	5,8 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	11,6%	10,2%	8,0%	12,1%	9,4%	171	733	791	447	496	4,8 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,0%	2,6%	1,3%	2,1%	1,3%	171	733	791	447	496	2,1 p.p.	1,2 p.p.	0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.
Média min.	64,4	68,3	56,2	68,2	57,8	171	733	791	447	496	17,1	8,6	7,1	14,6	9,9
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	11,4%	9,8%	7,6%	9,7%	8,9%	171	733	791	447	496	4,8 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	29,5%	20,0%	23,0%	23,8%	22,5%	171	733	791	447	496	6,8 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	21,2%	20,2%	22,7%	24,5%	25,3%	171	733	791	447	496	6,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	9,9%	18,4%	18,8%	12,4%	18,4%	171	733	791	447	496	4,5 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 2 horas	16,5%	19,4%	17,4%	17,6%	14,4%	171	733	791	447	496	5,6 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.	3,5 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,7%	9,0%	7,5%	8,6%	7,8%	171	733	791	447	496	4,0 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,9%	3,2%	3,0%	3,4%	2,9%	171	733	791	447	496	2,9 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	62,6	67,3	62,4	64,1	59,7	171	733	791	447	496	19,8	8,7	9,7	14,3	13,5
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	9,8%	8,0%	7,7%	10,6%	9,5%	171	733	791	447	496	4,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	26,6%	18,9%	20,9%	17,8%	24,5%	171	733	791	447	496	6,6 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	16,4%	20,0%	22,8%	19,4%	20,4%	171	733	791	447	496	5,6 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,9%	17,6%	14,8%	14,7%	20,1%	171	733	791	447	496	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	16,0%	20,8%	22,7%	24,0%	13,0%	171	733	791	447	496	5,5 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.
Entre 2 a 5 horas	14,7%	11,1%	8,5%	8,9%	9,5%	171	733	791	447	496	5,3 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,5%	3,4%	2,6%	4,5%	3,0%	171	733	791	447	496	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	79,7	73,6	65,1	75,8	62,4	171	733	791	447	496	21,8	9,4	8,9	16,7	14,1



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços VoIP pagos e gratuitos

SKYPE - pago	1,3%	4,9%	3,5%	4,6%	4,7%	89	368	415	256	287	2,3 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.
SKYPE - gratuito	95,9%	93,0%	94,0%	94,4%	94,0%	89	368	415	256	287	4,1 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
SKYPE - NS/NR	2,8%	2,1%	2,5%	1,0%	1,2%	89	368	415	256	287	3,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.
SKYPEOUT - pago		33,1%	41,1%	71,1%	5,4%		7	13	3	11		34,9 p.p.	26,7 p.p.	51,3 p.p.	13,3 p.p.
SKYPEOUT - gratuito	100,0%	42,0%	46,7%	14,7%	94,6%	2	7	13	3	11	0,0 p.p.	36,6 p.p.	27,1 p.p.	40,1 p.p.	13,3 p.p.
SKYPEOUT - NS/NR		24,9%	12,2%	14,2%			7	13	3			32,0 p.p.	17,8 p.p.	39,5 p.p.	
FACETIME - pago		8,4%	2,4%	6,6%	2,3%		58	73	48	61		7,2 p.p.	3,5 p.p.	7,0 p.p.	3,7 p.p.
FACETIME - gratuito	90,4%	82,2%	91,9%	74,2%	92,5%	13	58	73	48	61	16,0 p.p.	9,8 p.p.	6,3 p.p.	12,4 p.p.	6,6 p.p.
FACETIME - NS/NR	9,6%	9,3%	5,7%	19,2%	5,2%	13	58	73	48	61	16,0 p.p.	7,5 p.p.	5,3 p.p.	11,1 p.p.	5,6 p.p.
VIBER - pago	0,5%	2,4%	2,0%	4,4%	1,4%	27	122	133	97	90	2,6 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	4,1 p.p.	2,4 p.p.
VIBER - gratuito	85,4%	92,8%	94,9%	90,6%	96,2%	27	122	133	97	90	13,3 p.p.	4,6 p.p.	3,7 p.p.	5,8 p.p.	3,9 p.p.
VIBER - NS/NR	14,2%	4,8%	3,0%	5,0%	2,4%	27	122	133	97	90	13,1 p.p.	3,8 p.p.	2,9 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.
WHATSAPP - pago	3,4%	5,7%	4,8%	6,3%	1,4%	29	153	144	89	113	6,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	5,0 p.p.	2,2 p.p.
WHATSAPP - gratuito	79,8%	91,3%	89,1%	90,0%	92,2%	29	153	144	89	113	14,6 p.p.	4,5 p.p.	5,1 p.p.	6,2 p.p.	4,9 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	16,8%	3,0%	6,1%	3,7%	6,4%	29	153	144	89	113	13,6 p.p.	2,7 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	4,5 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - pago	0,2%	3,2%	0,6%	2,8%	2,6%	80	375	361	241	222	1,0 p.p.	1,8 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	94,3%	95,1%	93,2%	93,2%	95,8%	80	375	361	241	222	5,1 p.p.	2,2 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	5,5%	1,7%	6,2%	4,0%	1,7%	80	375	361	241	222	5,0 p.p.	1,3 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.
HANGOUTS - pago	1,4%	6,0%	0,3%	3,5%	6,6%	13	84	94	62	60	6,4 p.p.	5,1 p.p.	1,1 p.p.	4,6 p.p.	6,3 p.p.
HANGOUTS - gratuito	92,8%	80,6%	84,7%	90,9%	87,3%	13	84	94	62	60	14,0 p.p.	8,5 p.p.	7,3 p.p.	7,2 p.p.	8,4 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	5,8%	13,4%	15,0%	5,7%	6,1%	13	84	94	62	60	12,7 p.p.	7,3 p.p.	7,2 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.
WECHAT - pago	4,0%	12,2%	3,4%	45,7%	24,7%	4	14	20	8	13	19,2 p.p.	17,1 p.p.	7,9 p.p.	34,5 p.p.	23,4 p.p.
WECHAT - gratuito	96,0%	59,4%	90,8%	25,2%	37,7%	4	14	20	8	13	19,2 p.p.	25,7 p.p.	12,6 p.p.	30,1 p.p.	26,3 p.p.
WECHAT - NS/NR		28,5%	5,8%	29,1%	37,6%		14	20	8	13		23,6 p.p.	10,2 p.p.	31,5 p.p.	26,3 p.p.
QQ - pago	3,9%	24,6%		45,7%		4	7		5		19,1 p.p.	31,9 p.p.		43,7 p.p.	
QQ - gratuito	96,1%	43,5%	97,1%	41,3%	52,9%	4	7	12	5	8	19,1 p.p.	36,7 p.p.	9,5 p.p.	43,2 p.p.	34,6 p.p.
QQ - NS/NR		32,0%	2,9%	13,0%	47,1%		7	12	5	8		34,5 p.p.	9,5 p.p.	29,5 p.p.	34,6 p.p.
LINE - pago	3,9%	17,7%	1,8%	35,4%	7,5%	4	11	18	7	11	19,1 p.p.	22,6 p.p.	6,1 p.p.	35,4 p.p.	15,5 p.p.
LINE - gratuito	96,1%	61,9%	67,4%	54,5%	69,7%	4	11	18	7	11	19,1 p.p.	28,7 p.p.	21,6 p.p.	36,9 p.p.	27,2 p.p.
LINE - NS/NR		20,4%	30,8%	10,1%	22,8%		11	18	7	11		23,8 p.p.	21,3 p.p.	22,3 p.p.	24,8 p.p.
TANGO - pago		6,5%		70,7%			4		3			24,2 p.p.		51,5 p.p.	
TANGO - gratuito	100,0%	80,2%	100,0%	29,3%	35,0%	1	4	6	3	7	0,0 p.p.	39,1 p.p.	0,0 p.p.	51,5 p.p.	35,3 p.p.
TANGO - NS/NR		13,3%			65,0%		4			7		33,3 p.p.			35,3 p.p.
OUTRO - pago	25,6%	27,0%	49,5%	6,2%	14,2%	4	5	14	8	7	42,8 p.p.	38,9 p.p.	26,2 p.p.	16,7 p.p.	25,8 p.p.
OUTRO - gratuito	74,4%	73,0%	36,7%	93,8%	85,8%	4	5	14	8	7	42,8 p.p.	38,9 p.p.	25,3 p.p.	16,7 p.p.	25,8 p.p.
OUTRO - NS/NR			13,8%					14					18,1 p.p.		

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Sim	5,3%	5,5%	7,2%	5,9%	9,1%	112	492	541	341	356	4,1 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.	2,5 p.p.	3,0 p.p.
Não	75,3%	74,2%	72,2%	65,7%	66,5%	112	492	541	341	356	8,0 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
NS/NR	19,5%	20,3%	20,5%	28,4%	24,4%	112	492	541	341	356	7,3 p.p.	3,6 p.p.	3,4 p.p.	4,8 p.p.	4,5 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

média	6,2	5,9	8,5	17,2	7,6	3	25	34	16	31	3,6	3,4	3,0	18,0	3,3
-------	-----	-----	-----	------	-----	---	----	----	----	----	-----	-----	-----	------	-----



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos

WHATSAPP - pago		4,7%	4,9%	5,0%	2,8%		186	209	123	165			3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,5 p.p.
WHATSAPP - gratuito	89,0%	95,1%	90,2%	93,3%	94,1%	30	186	209	123	165	11,2 p.p.	3,1 p.p.	4,0 p.p.	4,4 p.p.	3,6 p.p.	
WHATSAPP - NS/NR	11,0%	0,2%	4,9%	1,7%	3,2%	30	186	209	123	165	11,2 p.p.	0,6 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - pago	0,8%	2,5%	2,0%	2,4%	3,4%	153	612	634	351	422	1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	93,7%	94,0%	93,3%	96,0%	92,5%	153	612	634	351	422	3,9 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.	
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	5,5%	3,4%	4,7%	1,6%	4,1%	153	612	634	351	422	3,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.	
SKYPE - pago		4,1%	2,6%	3,0%	5,6%		292	332	199	254		2,3 p.p.	1,7 p.p.	2,4 p.p.	2,8 p.p.	
SKYPE - gratuito	95,2%	93,7%	93,8%	95,0%	93,7%	70	292	332	199	254	5,0 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	
SKYPE - NS/NR	4,8%	2,1%	3,5%	2,0%	0,7%	70	292	332	199	254	5,0 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	1,0 p.p.	
VIBER - pago			2,7%	5,7%	1,0%			96	69	70				3,2 p.p.	5,5 p.p.	2,3 p.p.
VIBER - gratuito	80,8%	95,4%	91,8%	89,4%	95,6%	19	106	96	69	70	17,7 p.p.	4,0 p.p.	5,5 p.p.	7,3 p.p.	4,8 p.p.	
VIBER - NS/NR	19,2%	4,6%	5,5%	4,9%	3,4%	19	106	96	69	70	17,7 p.p.	4,0 p.p.	4,6 p.p.	5,1 p.p.	4,2 p.p.	
HANGOUTS - pago		3,5%	0,6%	4,7%	1,7%		86	136	60	72		3,9 p.p.	1,2 p.p.	5,3 p.p.	3,0 p.p.	
HANGOUTS - gratuito	100,0%	91,3%	94,4%	95,3%	98,3%	12	86	136	60	72	0,0 p.p.	5,9 p.p.	3,9 p.p.	5,3 p.p.	3,0 p.p.	
HANGOUTS - NS/NR		5,1%	5,1%				86	136				4,7 p.p.	3,7 p.p.			
WECHAT - pago				55,4%	8,7%				4	5					48,7 p.p.	24,7 p.p.
WECHAT - gratuito	100,0%	83,3%	94,5%	44,6%	37,1%	2	3	6	4	5	0,0 p.p.	42,2 p.p.	18,3 p.p.	48,7 p.p.	42,3 p.p.	
WECHAT - NS/NR		16,7%	5,5%		54,2%		3	6		5		42,2 p.p.	18,3 p.p.		43,7 p.p.	
LINE - pago				83,0%	47,6%				2	2						
LINE - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	17,0%	52,4%	1	4	6	2	2						
LINE - NS/NR																
QQ - pago				69,1%	58,0%				2	2						
QQ - gratuito	100,0%	100,0%		30,9%	42,0%	1	1		2	2						
QQ - NS/NR																
TANGO - pago				100,0%	22,4%				1	4						
TANGO - gratuito		100,0%			77,6%		2			4						
TANGO - NS/NR																
OUTRO - pago				64,2%					3						54,3 p.p.	
OUTRO - gratuito	100,0%	94,5%	100,0%	35,8%	100,0%	3	11	6	3	9	0,0 p.p.	13,5 p.p.	0,0 p.p.	54,3 p.p.	0,0 p.p.	
OUTRO - NS/NR		5,5%					11					13,5 p.p.				

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	2,9%	3,0%	4,8%	5,3%	7,5%	154	657	687	414	497	2,6 p.p.	1,3 p.p.	1,6 p.p.	2,2 p.p.	2,3 p.p.
Não	75,8%	74,5%	74,2%	69,3%	67,1%	154	657	687	414	497	6,8 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
NS/NR	21,3%	22,5%	21,1%	25,4%	25,3%	154	657	687	414	497	6,5 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

média	6,6	5,3	4,5	15,4	4,6	3	23	29	18	35	5,5	2,8	1,1	17,4	1,7
-------	-----	-----	-----	------	-----	---	----	----	----	----	-----	-----	-----	------	-----

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de audiovisual pagos e gratuitos															
YOUTUBE - pago		1,2%	1,7%	1,0%	0,7%		684	776	433	505		0,8 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
YOUTUBE - gratuito	97,0%	96,4%	96,3%	98,7%	97,2%	157	684	776	433	505	2,7 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	3,0%	2,4%	2,0%	0,2%	2,1%	157	684	776	433	505	2,7 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.
SPOTIFY - pago	5,7%	7,9%	10,1%	13,5%	10,1%	35	154	182	103	149	7,7 p.p.	4,3 p.p.	4,4 p.p.	6,6 p.p.	4,8 p.p.
SPOTIFY - gratuito	94,3%	91,8%	87,6%	86,1%	89,3%	35	154	182	103	149	7,7 p.p.	4,3 p.p.	4,8 p.p.	6,7 p.p.	5,0 p.p.
SPOTIFY - NS/NR		0,3%	2,3%	0,4%	0,6%		154	182	103	149		0,9 p.p.	2,2 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.
VINE - pago		1,2%		8,3%			27		19			4,2 p.p.		12,4 p.p.	
VINE - gratuito	100,0%	97,9%	86,7%	88,1%	98,2%	5	27	27	19	26	0,0 p.p.	5,5 p.p.	12,8 p.p.	14,5 p.p.	5,1 p.p.
VINE - NS/NR		0,9%	13,3%	3,6%	1,8%		27	27	19	26		3,6 p.p.	12,8 p.p.	8,4 p.p.	5,1 p.p.
VIMEO - pago		0,6%	0,4%	5,3%			99	116	73			1,5 p.p.	1,1 p.p.	5,1 p.p.	
VIMEO - gratuito	97,9%	94,2%	95,3%	87,0%	98,5%	20	99	116	73	94	6,3 p.p.	4,6 p.p.	3,8 p.p.	7,7 p.p.	2,5 p.p.
VIMEO - NS/NR	2,1%	5,3%	4,3%	7,7%	1,5%	20	99	116	73	94	6,3 p.p.	4,4 p.p.	3,7 p.p.	6,1 p.p.	2,5 p.p.
APPLE MUSIC - pago		7,2%	13,7%	42,1%	14,6%		27	33	24	38		9,8 p.p.	11,7 p.p.	19,7 p.p.	11,2 p.p.
APPLE MUSIC - gratuito	100,0%	77,2%	52,3%	52,6%	59,8%	2	27	33	24	38	0,0 p.p.	15,8 p.p.	17,0 p.p.	20,0 p.p.	15,6 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR		15,5%	34,0%	5,4%	25,7%		27	33	24	38		13,7 p.p.	16,2 p.p.	9,0 p.p.	13,9 p.p.
MEO MUSICA - pago	11,2%	6,0%	15,8%	33,5%	22,4%	10	54	74	54	76	19,6 p.p.	6,3 p.p.	8,3 p.p.	12,6 p.p.	9,4 p.p.
MEO MUSICA - gratuito	81,8%	77,0%	76,3%	62,8%	65,0%	10	54	74	54	76	23,9 p.p.	11,2 p.p.	9,7 p.p.	12,9 p.p.	10,7 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR	7,0%	17,0%	7,8%	3,7%	12,6%	10	54	74	54	76	15,8 p.p.	10,0 p.p.	6,1 p.p.	5,0 p.p.	7,5 p.p.
RTP PLAY - pago			4,8%	0,7%	0,6%			98	59	88			4,2 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.
RTP PLAY - gratuito	100,0%	91,7%	85,3%	89,6%	99,4%	13	92	98	59	88	0,0 p.p.	5,6 p.p.	7,0 p.p.	7,8 p.p.	1,6 p.p.
RTP PLAY - NS/NR		8,3%	9,9%	9,7%			92	98	59			5,6 p.p.	5,9 p.p.	7,6 p.p.	
MEO GO - pago	20,5%	7,6%	6,0%	22,0%	25,8%	9	60	71	52	88	26,4 p.p.	6,7 p.p.	5,5 p.p.	11,3 p.p.	9,1 p.p.
MEO GO - gratuito	79,5%	81,7%	79,1%	71,8%	65,2%	9	60	71	52	88	26,4 p.p.	9,8 p.p.	9,5 p.p.	12,2 p.p.	9,9 p.p.
MEO GO - NS/NR		10,7%	14,9%	6,2%	9,0%		60	71	52	88		7,8 p.p.	8,3 p.p.	6,5 p.p.	6,0 p.p.
TVI PLAYER - pago			2,9%	0,7%	1,0%			81	39	51			3,6 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.
TVI PLAYER - gratuito	100,0%	93,2%	87,4%	91,6%	96,6%	19	67	81	39	51	0,0 p.p.	6,0 p.p.	7,2 p.p.	8,7 p.p.	5,0 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR		6,8%	9,7%	7,8%	2,4%		67	81	39	51		6,0 p.p.	6,4 p.p.	8,4 p.p.	4,2 p.p.
SOUNDCLOUD - pago	1,5%	5,8%	4,5%	6,6%		13	50	53	37		6,6 p.p.	6,5 p.p.	6,5 p.p.	8,0 p.p.	
SOUNDCLOUD - gratuito	86,2%	83,3%	91,6%	89,5%	87,4%	13	50	53	37	44	18,8 p.p.	10,3 p.p.	7,5 p.p.	9,9 p.p.	9,8 p.p.
SOUNDCLOUD - NS/NR	12,3%	10,9%	3,9%	3,9%	12,6%	13	50	53	37	44	17,9 p.p.	8,6 p.p.	5,2 p.p.	6,2 p.p.	9,8 p.p.
METACAFE - pago				37,9%					7					35,9 p.p.	
METACAFE - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	51,9%	64,2%	2	14	10	7	7	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	37,0 p.p.	35,5 p.p.
METACAFE - NS/NR				10,2%	35,8%				7	7				22,4 p.p.	35,5 p.p.
TIDAL - pago				78,7%	100,0%				2	1					
TIDAL - gratuito		100,0%					1								
TIDAL - NS/NR				21,3%					2						
RHAPSODY - pago				78,7%					2						
RHAPSODY - gratuito			15,9%		78,4%			3		3					
RHAPSODY - NS/NR		100,0%	84,1%	21,3%	21,6%		1	3	2	3					
OUTRO - pago		6,4%	19,7%	31,2%	14,2%		15	19	16	14		12,4 p.p.	17,9 p.p.	22,7 p.p.	18,3 p.p.
OUTRO - gratuito	100,0%	93,6%	80,3%	68,8%	85,8%	5	15	19	16	14	0,0 p.p.	12,4 p.p.	17,9 p.p.	22,7 p.p.	18,3 p.p.
OUTRO - NS/NR															
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado															
Sim	3,5%	7,5%	9,4%	7,8%	7,7%	160	672	760	432	498	2,8 p.p.	2,0 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.
Não	76,1%	69,1%	68,2%	68,4%	64,0%	160	672	760	432	498	6,6 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
NS/NR	20,4%	23,3%	22,4%	23,8%	28,4%	160	672	760	432	498	6,2 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado															
média	7,5	5,6	7,4	11,9	6,5	6	34	56	27	34	2,5	1,3	2,2	12,4	2,0



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Redes sociais pagas e gratuitas

FACEBOOK - pago	0,9%	2,3%	0,9%	2,1%	3,5%	162	699	735	427	474	1,5 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.
FACEBOOK - gratuito	97,1%	97,0%	97,2%	97,2%	94,6%	162	699	735	427	474	2,6 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.
FACEBOOK - NS/NR	2,0%	0,8%	1,9%	0,7%	1,9%	162	699	735	427	474	2,2 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,2 p.p.
INSTAGRAM - pago		1,8%	1,0%	0,7%	3,7%		225	229	132	153		1,8 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.	3,0 p.p.
INSTAGRAM - gratuito	100,0%	96,6%	95,8%	97,5%	87,9%	42	225	229	132	153	0,0 p.p.	2,4 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.	5,2 p.p.
INSTAGRAM - NS/NR		1,6%	3,2%	1,7%	8,3%		225	229	132	153		1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	4,4 p.p.
LINKEDIN - pago		1,1%		0,5%	5,3%		180		148	171		1,5 p.p.		1,1 p.p.	3,4 p.p.
LINKEDIN - gratuito	95,2%	95,4%	99,4%	96,7%	91,8%	36	180	196	148	171	7,0 p.p.	3,1 p.p.	1,1 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.
LINKEDIN - NS/NR	4,8%	3,5%	0,6%	2,8%	2,9%	36	180	196	148	171	7,0 p.p.	2,7 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
GOOGLE PLUS - pago	5,9%	2,3%	0,6%		3,1%	20	115	122		106	10,3 p.p.	2,8 p.p.	1,3 p.p.		3,3 p.p.
GOOGLE PLUS - gratuito	82,4%	90,1%	95,2%	96,6%	81,5%	20	115	122	81	106	16,7 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	3,9 p.p.	7,4 p.p.
GOOGLE PLUS - NS/NR	11,7%	7,6%	4,3%	3,4%	15,4%	20	115	122	81	106	14,1 p.p.	4,8 p.p.	3,6 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.
TWITTER - pago		0,7%	0,3%		4,7%		109	109		86		1,5 p.p.	1,0 p.p.		4,5 p.p.
TWITTER - gratuito	96,0%	96,1%	96,9%	98,0%	91,5%	31	109	109	66	86	6,9 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	5,9 p.p.
TWITTER - NS/NR	4,0%	3,3%	2,8%	2,0%	3,8%	31	109	109	66	86	6,9 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.	4,1 p.p.
PINTEREST - pago		3,6%	0,3%	1,4%	2,7%		97	102	54	85		3,7 p.p.	1,1 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.
PINTEREST - gratuito	100,0%	90,8%	97,9%	98,6%	94,0%	13	97	102	54	85	0,0 p.p.	5,8 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	5,1 p.p.
PINTEREST - NS/NR		5,6%	1,7%		3,3%		97	102		85		4,6 p.p.	2,5 p.p.		3,8 p.p.
MYSFACEBOOK - pago					2,5%					15					7,9 p.p.
MYSFACEBOOK - gratuito	100,0%	93,6%	100,0%	100,0%	95,5%	2	10	16	11	15	0,0 p.p.	15,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	10,5 p.p.
MYSFACEBOOK - NS/NR		6,4%			2,0%		10			15		15,2 p.p.			7,1 p.p.
FLIRCK - pago					9,2%					13					15,7 p.p.
FLIRCK - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	87,1%	4	13	14	8	13	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	18,2 p.p.
FLIRCK - NS/NR					3,6%					13					10,2 p.p.
TUMBLR - pago		0,8%	3,3%		1,0%		42	46		41		2,8 p.p.	5,1 p.p.		3,0 p.p.
TUMBLR - gratuito	100,0%	93,6%	95,4%	100,0%	98,3%	12	42	46	25	41	0,0 p.p.	7,4 p.p.	6,0 p.p.	0,0 p.p.	4,0 p.p.
TUMBLR - NS/NR		5,5%	1,3%		0,8%		42	46		41		6,9 p.p.	3,3 p.p.		2,7 p.p.
OUTRO - pago					71,1%					3					51,3 p.p.
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	28,9%	1	7	7	3	3	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	51,3 p.p.
OUTRO - NS/NR															

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

Sim	5,8%	4,6%	3,6%	4,7%	8,6%	161	695	733	432	475	3,6 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	2,5 p.p.
Não	72,0%	73,9%	72,1%	70,4%	73,4%	161	695	733	432	475	6,9 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.
NS/NR	22,2%	21,5%	24,3%	24,9%	17,9%	161	695	733	432	475	6,4 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,4 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

média	4,7	5,0	9,7	5,1	11,4	5	27	31	18	36	0,8	1,3	10,3	1,2	6,9
-------	-----	-----	-----	-----	------	---	----	----	----	----	-----	-----	------	-----	-----

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos

DROPBOX - pago	0,9%	0,7%	3,0%	0,8%	0,5%	62	313	396	215	318	2,3 p.p.	0,9 p.p.	1,7 p.p.	1,2 p.p.	0,7 p.p.	
DROPBOX - gratuito	90,2%	96,1%	94,8%	98,0%	99,1%	62	313	396	215	318	7,4 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.	
DROPBOX - NS/NR	9,0%	3,2%	2,3%	1,1%	0,5%	62	313	396	215	318	7,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.	
GOOGLE DRIVE - pago	2,4%	1,3%	2,7%	0,4%	0,5%	62	271	345	195	271	3,8 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	
GOOGLE DRIVE - gratuito	85,0%	94,8%	92,0%	94,5%	98,1%	62	271	345	195	271	8,9 p.p.	2,6 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.	1,6 p.p.	
GOOGLE DRIVE - NS/NR	12,6%	3,9%	5,3%	5,0%	1,4%	62	271	345	195	271	8,3 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	1,4 p.p.	
ONEDRIVE - pago		1,8%	3,8%	1,2%	2,0%		125	160	100	98		2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	
ONEDRIVE - gratuito	86,9%	94,2%	94,1%	94,3%	96,2%	32	125	160	100	98	11,7 p.p.	4,1 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.	
ONEDRIVE - NS/NR	13,1%	4,0%	2,1%	4,5%	1,8%	32	125	160	100	98	11,7 p.p.	3,4 p.p.	2,2 p.p.	4,1 p.p.	2,7 p.p.	
ICLOUD - pago		1,4%	4,7%	2,7%	7,0%		72	87	55	92		2,7 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.	5,2 p.p.	
ICLOUD - gratuito	97,4%	96,7%	91,6%	87,6%	88,1%	10	72	87	55	92	9,9 p.p.	4,1 p.p.	5,8 p.p.	8,7 p.p.	6,6 p.p.	
ICLOUD - NS/NR	2,6%	2,0%	3,7%	9,7%	4,9%	10	72	87	55	92	9,9 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	7,8 p.p.	4,4 p.p.	
MEO CLOUD - pago		0,6%	7,3%	1,7%	5,6%		60	91	51	85		2,0 p.p.	5,3 p.p.	3,6 p.p.	4,9 p.p.	
MEO CLOUD - gratuito	100,0%	95,4%	87,7%	98,3%	93,3%	15	60	91	51	85	0,0 p.p.	5,3 p.p.	6,7 p.p.	3,6 p.p.	5,3 p.p.	
MEO CLOUD - NS/NR		4,0%	5,0%		1,1%		60	91		85		5,0 p.p.	4,5 p.p.		2,2 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - pago	33,2%					7					34,9 p.p.					
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	52,7%	85,8%	98,0%	100,0%	97,7%	7	45	38	21	31	37,0 p.p.	10,2 p.p.	4,4 p.p.	0,0 p.p.	5,2 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	14,1%	14,2%	2,0%		2,3%	7	45	38		31	25,8 p.p.	10,2 p.p.	4,4 p.p.		5,2 p.p.	
OFFICE 365 - pago	10,5%	14,1%	8,2%	15,0%	38,2%	14	61	82	37	64	16,1 p.p.	8,7 p.p.	5,9 p.p.	11,5 p.p.	11,9 p.p.	
OFFICE 365 - gratuito	89,5%	80,4%	87,8%	72,7%	58,4%	14	61	82	37	64	16,1 p.p.	10,0 p.p.	7,1 p.p.	14,4 p.p.	12,1 p.p.	
OFFICE 365 - NS/NR		5,5%	4,1%	12,3%	3,4%		61	82	37	64		5,7 p.p.	4,3 p.p.	10,6 p.p.	4,4 p.p.	
TEAM VIEWER - pago		1,4%	3,0%	1,4%	1,5%		59	69	42	53		2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	
TEAM VIEWER - gratuito	81,2%	97,7%	95,5%	97,8%	98,5%	10	59	69	42	53	24,2 p.p.	3,8 p.p.	4,9 p.p.	4,5 p.p.	3,3 p.p.	
TEAM VIEWER - NS/NR	18,8%	0,9%	1,5%	0,8%		10	59	69	42		24,2 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.		
SALESFORCE - pago					15,9%					6						
SALESFORCE - gratuito		100,0%	100,0%	100,0%	70,3%		2	1	1	6						
SALESFORCE - NS/NR					13,8%					6						
OUTRO - pago			18,5%	5,5%	6,6%			12	9	10				22,0 p.p.	14,9 p.p.	15,4 p.p.
OUTRO - gratuito	72,6%	100,0%	81,5%	94,5%	93,4%	4	10	12	9	10	43,7 p.p.	0,0 p.p.	22,0 p.p.	14,9 p.p.	15,4 p.p.	
OUTRO - NS/NR	27,4%					4					43,7 p.p.					

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	2,8%	6,6%	9,2%	12,0%	8,8%	105	481	567	331	432	3,2 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.
Não	73,2%	69,7%	65,3%	62,8%	61,1%	105	481	567	331	432	8,5 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
NS/NR	24,0%	23,7%	25,5%	25,1%	30,1%	105	481	567	331	432	8,2 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

média	9,0	6,8	6,1	15,3	7,5	4	26	44	32	36	2,3	1,6	1,8	15,4	3,1
-------	-----	-----	-----	------	-----	---	----	----	----	----	-----	-----	-----	------	-----



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

SKYPE - tráfego de dados tráfego de dad	10,9%	26,7%	31,2%	39,4%	17,3%	31	131	172	104	115	11,0 p.p.	7,6 p.p.	6,9 p.p.	9,4 p.p.	6,9 p.p.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	60,3%	50,3%	52,2%	40,8%	50,6%	31	131	172	104	115	17,2 p.p.	8,6 p.p.	7,5 p.p.	9,4 p.p.	9,1 p.p.
SKYPE - NS/NR	28,8%	23,0%	16,6%	19,8%	32,1%	31	131	172	104	115	15,9 p.p.	7,2 p.p.	5,6 p.p.	7,7 p.p.	8,5 p.p.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de		12,3%	30,0%	71,1%	12,0%		5	10	3	8		28,8 p.p.	28,4 p.p.	51,3 p.p.	22,5 p.p.
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratui	100,0%	76,1%	44,1%	14,7%	88,0%	1	5	10	3	8	0,0 p.p.	37,4 p.p.	30,8 p.p.	40,1 p.p.	22,5 p.p.
SKYPEOUT - NS/NR		11,6%	25,9%	14,2%			5	10	3			28,1 p.p.	27,2 p.p.	39,5 p.p.	
FACETIME - tráfego de dados tráfego de		23,6%	26,5%	27,4%	14,6%		28	37	27	34		15,7 p.p.	14,2 p.p.	16,8 p.p.	11,9 p.p.
FACETIME - tráfego de dados não gratuit	87,9%	53,9%	62,1%	39,4%	67,6%	6	28	37	27	34	26,1 p.p.	18,5 p.p.	15,6 p.p.	18,4 p.p.	15,7 p.p.
FACETIME - NS/NR	12,1%	22,5%	11,4%	33,3%	17,8%	6	28	37	27	34	26,1 p.p.	15,5 p.p.	10,2 p.p.	17,8 p.p.	12,9 p.p.
VIBER - tráfego de dados tráfego de dad		32,0%	22,1%	18,0%	20,4%		55	70	40	48		12,3 p.p.	9,7 p.p.	11,9 p.p.	11,4 p.p.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	73,9%	59,0%	57,3%	54,4%	57,0%	10	55	70	40	48	27,2 p.p.	13,0 p.p.	11,6 p.p.	15,4 p.p.	14,0 p.p.
VIBER - NS/NR	26,1%	9,0%	20,7%	27,5%	22,6%	10	55	70	40	48	27,2 p.p.	7,5 p.p.	9,5 p.p.	13,8 p.p.	11,8 p.p.
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego de d	16,6%	28,8%	27,9%	28,9%	21,4%	14	98	92	52	74	19,5 p.p.	9,0 p.p.	9,2 p.p.	12,3 p.p.	9,3 p.p.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratu	59,7%	57,1%	57,3%	60,1%	54,9%	14	98	92	52	74	25,7 p.p.	9,8 p.p.	10,1 p.p.	13,3 p.p.	11,3 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	23,7%	14,1%	14,8%	11,0%	23,7%	14	98	92	52	74	22,3 p.p.	6,9 p.p.	7,3 p.p.	8,5 p.p.	9,7 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	31,8%	27,0%	33,1%	25,5%	21,2%	28	143	171	104	104	17,2 p.p.	7,3 p.p.	7,1 p.p.	8,4 p.p.	7,9 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de da	49,6%	58,0%	49,7%	53,9%	49,1%	28	143	171	104	104	18,5 p.p.	8,1 p.p.	7,5 p.p.	9,6 p.p.	9,6 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	18,6%	15,0%	17,1%	20,6%	29,7%	28	143	171	104	104	14,4 p.p.	5,9 p.p.	5,6 p.p.	7,8 p.p.	8,8 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego d		22,6%	42,2%	45,3%	23,8%		38	45	26	32		13,3 p.p.	14,4 p.p.	19,1 p.p.	14,7 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratu	78,0%	41,6%	30,9%	49,1%	48,0%	5	38	45	26	32	36,3 p.p.	15,7 p.p.	13,5 p.p.	19,2 p.p.	17,3 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	22,0%	35,8%	26,9%	5,6%	28,2%	5	38	45	26	32	36,3 p.p.	15,2 p.p.	13,0 p.p.	8,8 p.p.	15,6 p.p.
WECHAT - tráfego de dados tráfego de d		24,7%	44,3%	63,4%	63,9%		5	14	6	10		37,8 p.p.	26,0 p.p.	38,5 p.p.	29,8 p.p.
WECHAT - tráfego de dados não gratuit	100,0%	75,3%	14,0%	36,6%	26,8%	1	5	14	6	10	0,0 p.p.	37,8 p.p.	18,2 p.p.	38,5 p.p.	27,5 p.p.
WECHAT - NS/NR			41,7%		9,2%			14		10			25,8 p.p.		18,0 p.p.
QQ - tráfego de dados tráfego de dados			49,9%	52,5%	28,5%			10	4	5				31,0 p.p.	48,9 p.p.
QQ - tráfego de dados não gratuito	100,0%	86,7%	7,2%	47,5%	71,5%	1	3	10	4	5	0,0 p.p.	38,4 p.p.	16,1 p.p.	48,9 p.p.	39,6 p.p.
QQ - NS/NR		13,3%	42,9%				3	10					38,4 p.p.	30,7 p.p.	
LINE - tráfego de dados tráfego de dado			46,1%	44,2%	11,1%			14	5	7				26,1 p.p.	43,5 p.p.
LINE - tráfego de dados não gratuito	100,0%	83,6%	7,8%	55,8%	88,9%	1	5	14	5	7	0,0 p.p.	32,5 p.p.	14,0 p.p.	43,5 p.p.	23,2 p.p.
LINE - NS/NR		16,4%	46,1%				5	14					32,5 p.p.	26,1 p.p.	
TANGO - tráfego de dados tráfego de da		48,7%	47,9%	70,7%	52,9%		4	6	3	6					
TANGO - tráfego de dados não gratuito		6,5%	35,9%	29,3%	19,2%		4	6	3	6					
TANGO - NS/NR		44,8%	16,2%		27,9%		4	6		6					
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da				64,9%					4						
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	49,0%	100,0%	100,0%	19,8%	79,4%	2	2	2	4	3					
OUTRO - NS/NR	51,0%			15,3%	20,6%	2			4	3					



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito															
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	26,0%	27,4%	31,2%	25,6%	28,4%	18	119	150	83	115	20,3 p.p.	8,0 p.p.	7,4 p.p.	9,4 p.p.	8,2 p.p.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	58,5%	57,5%	57,8%	59,9%	54,9%	18	119	150	83	115	22,8 p.p.	8,9 p.p.	7,9 p.p.	10,5 p.p.	9,1 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	15,5%	15,1%	11,0%	14,5%	16,7%	18	119	150	83	115	16,7 p.p.	6,4 p.p.	5,0 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados	30,3%	24,8%	31,3%	35,5%	36,4%	50	234	283	153	178	12,7 p.p.	5,5 p.p.	5,4 p.p.	7,6 p.p.	7,1 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	53,2%	55,7%	54,4%	42,4%	41,4%	50	234	283	153	178	13,8 p.p.	6,4 p.p.	5,8 p.p.	7,8 p.p.	7,2 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	16,5%	19,5%	14,3%	22,1%	22,2%	50	234	283	153	178	10,3 p.p.	5,1 p.p.	4,1 p.p.	6,6 p.p.	6,1 p.p.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	27,2%	28,8%	30,9%	47,1%	43,5%	19	104	142	76	98	20,0 p.p.	8,7 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	9,8 p.p.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	45,0%	53,9%	55,4%	40,3%	38,3%	19	104	142	76	98	22,4 p.p.	9,6 p.p.	8,2 p.p.	11,0 p.p.	9,6 p.p.
SKYPE - NS/NR	27,8%	17,3%	13,7%	12,6%	18,2%	19	104	142	76	98	20,1 p.p.	7,3 p.p.	5,7 p.p.	7,5 p.p.	7,6 p.p.
VIBER - tráfego de dados gratuito		27,0%	26,3%	18,2%	25,4%		52	61	33	37		12,1 p.p.	11,0 p.p.	13,2 p.p.	14,0 p.p.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	66,2%	58,1%	58,0%	56,9%	58,1%	7	52	61	33	37	35,0 p.p.	13,4 p.p.	12,4 p.p.	16,9 p.p.	15,9 p.p.
VIBER - NS/NR	33,8%	14,9%	15,8%	24,8%	16,4%	7	52	61	33	37	35,0 p.p.	9,7 p.p.	9,1 p.p.	14,7 p.p.	11,9 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	25,8%	29,8%	23,8%	41,1%	13,6%	4	38	67	32	32	42,9 p.p.	14,5 p.p.	10,2 p.p.	17,0 p.p.	11,9 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	33,0%	43,8%	65,4%	54,8%	68,9%	4	38	67	32	32	46,1 p.p.	15,8 p.p.	11,4 p.p.	17,2 p.p.	16,0 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	41,2%	26,4%	10,8%	4,1%	17,5%	4	38	67	32	32	48,2 p.p.	14,0 p.p.	7,4 p.p.	6,9 p.p.	13,2 p.p.
WECHAT - tráfego de dados gratuito			64,3%	67,0%	26,1%			4	4	3					
WECHAT - tráfego de dados não gratuito			35,7%	33,0%	28,7%			4	4	3					
WECHAT - NS/NR		100,0%			45,2%		2			3					
LINE - tráfego de dados gratuito				83,0%	100,0%				2	1					
LINE - tráfego de dados não gratuito		40,3%	44,3%	17,0%			3	6	2						
LINE - NS/NR		59,7%	55,7%				3	6							
QQ - tráfego de dados gratuito				69,1%	100,0%				2	1					
QQ - tráfego de dados não gratuito				30,9%					2						
QQ - NS/NR		100,0%					1								
TANGO - tráfego de dados gratuito		100,0%		100,0%	22,4%		2		1	4					
TANGO - tráfego de dados não gratuito					77,6%					4					
TANGO - NS/NR															
OUTRO - tráfego de dados gratuito		40,9%			5,6%		7			8		36,4 p.p.			15,9 p.p.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		17,4%	100,0%	100,0%	88,5%		7	4	2	8		28,1 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	22,1 p.p.
OUTRO - NS/NR		41,7%			5,9%		7			8		36,5 p.p.			16,3 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito															
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de	13,2%	20,5%	22,8%	25,6%	24,0%	46	238	323	184	208	9,8 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.	6,3 p.p.	5,8 p.p.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuit	74,4%	64,7%	65,7%	56,4%	61,2%	46	238	323	184	208	12,6 p.p.	6,1 p.p.	5,2 p.p.	7,2 p.p.	6,6 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	12,4%	14,8%	11,5%	18,0%	14,8%	46	238	323	184	208	9,5 p.p.	4,5 p.p.	3,5 p.p.	5,6 p.p.	4,8 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de d	28,6%	29,2%	23,1%	15,4%	22,4%	11	59	87	51	69	26,7 p.p.	11,6 p.p.	8,9 p.p.	9,9 p.p.	9,8 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	64,2%	69,5%	71,0%	69,7%	71,7%	11	59	87	51	69	28,3 p.p.	11,7 p.p.	9,5 p.p.	12,6 p.p.	10,6 p.p.
SPOTIFY - NS/NR	7,2%	1,4%	5,9%	14,9%	5,9%	11	59	87	51	69	15,2 p.p.	2,9 p.p.	4,9 p.p.	9,8 p.p.	5,5 p.p.
VINE - tráfego de dados tráfego de dado		7,4%		43,7%	16,7%			11		13		15,5 p.p.		29,3 p.p.	20,3 p.p.
VINE - tráfego de dados não gratuito	100,0%	65,3%	95,3%	52,1%	79,4%	2	11	10	11	13	0,0 p.p.	28,1 p.p.	13,1 p.p.	29,5 p.p.	22,0 p.p.
VINE - NS/NR		27,2%	4,7%	4,3%	3,9%		11	10	11	13		26,3 p.p.	13,1 p.p.	11,9 p.p.	10,5 p.p.
VIMEO - tráfego de dados tráfego de da	6,9%	7,0%	14,2%	23,0%	20,0%	5	32	46	28	38	22,2 p.p.	8,9 p.p.	10,1 p.p.	15,6 p.p.	12,7 p.p.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	93,1%	73,8%	74,6%	49,8%	66,6%	5	32	46	28	38	22,2 p.p.	15,2 p.p.	12,6 p.p.	18,5 p.p.	15,0 p.p.
VIMEO - NS/NR		19,1%	11,2%	27,2%	13,4%		32	46	28	38		13,6 p.p.	9,1 p.p.	16,5 p.p.	10,8 p.p.
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego		29,6%	66,7%	32,0%	27,6%		10	15	11	18		28,3 p.p.	23,8 p.p.	27,6 p.p.	20,6 p.p.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gra		65,8%	7,4%	25,2%	39,1%		10	15	11	18		29,4 p.p.	13,2 p.p.	25,6 p.p.	22,5 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR		4,6%	25,9%	42,9%	33,3%		10	15	11	18		13,0 p.p.	22,2 p.p.	29,2 p.p.	21,8 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego	64,3%	71,2%	78,3%	49,4%	57,4%	5	29	42	30	44	42,0 p.p.	16,5 p.p.	12,5 p.p.	17,9 p.p.	14,6 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gra	29,6%	25,5%	18,4%	31,8%	30,4%	5	29	42	30	44	40,0 p.p.	15,9 p.p.	11,7 p.p.	16,7 p.p.	13,6 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR	6,1%	3,2%	3,3%	18,8%	12,2%	5	29	42	30	44	21,0 p.p.	6,4 p.p.	5,4 p.p.	14,0 p.p.	9,7 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de c		35,8%	25,9%	26,2%	16,7%		36	41	22	30		15,7 p.p.	13,4 p.p.	18,4 p.p.	13,3 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuit	100,0%	62,5%	56,9%	58,1%	50,3%	2	36	41	22	30	0,0 p.p.	15,8 p.p.	15,2 p.p.	20,6 p.p.	17,9 p.p.
RTP PLAY - NS/NR		1,7%	17,2%	15,8%	33,1%		36	41	22	30		4,2 p.p.	11,5 p.p.	15,2 p.p.	16,8 p.p.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de d		54,1%	39,7%	66,9%	52,5%		24	36	25	51		19,9 p.p.	16,0 p.p.	18,4 p.p.	13,7 p.p.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito	66,4%	42,3%	54,6%	25,3%	29,6%	5	24	36	25	51	41,4 p.p.	19,8 p.p.	16,3 p.p.	17,0 p.p.	12,5 p.p.
MEO GO - NS/NR	33,6%	3,5%	5,7%	7,8%	18,0%	5	24	36	25	51	41,4 p.p.	7,4 p.p.	7,6 p.p.	10,5 p.p.	10,5 p.p.
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de	7,7%	24,8%	29,6%	55,2%	21,7%	6	25	41	18	28	21,3 p.p.	16,9 p.p.	14,0 p.p.	23,0 p.p.	15,3 p.p.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratu	92,3%	63,5%	40,1%	26,0%	45,4%	6	25	41	18	28	21,3 p.p.	18,9 p.p.	15,0 p.p.	20,3 p.p.	18,4 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR		11,7%	30,3%	18,8%	32,9%		25	41	18	28		12,6 p.p.	14,1 p.p.	18,0 p.p.	17,4 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego	20,3%	18,3%	20,5%	12,6%	31,1%	3	23	22	18	19	45,5 p.p.	15,8 p.p.	16,9 p.p.	15,3 p.p.	20,8 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gr	79,7%	59,2%	56,8%	69,6%	61,1%	3	23	22	18	19	45,5 p.p.	20,1 p.p.	20,7 p.p.	21,3 p.p.	21,9 p.p.
SOUNDCLOUD - NS/NR		22,5%	22,7%	17,8%	7,8%		23	22	18	19		17,1 p.p.	17,5 p.p.	17,7 p.p.	12,1 p.p.
METACAFE - tráfego de dados tráfego de				41,9%	74,4%				6	3					
METACAFE - tráfego de dados não gratu	100,0%	83,3%	100,0%	46,8%	25,6%	1	4	2	6	3					
METACAFE - NS/NR		16,7%		11,3%			4		6						
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dati				78,7%					2						
TIDAL - tráfego de dados não gratuito		100,0%					1								
TIDAL - NS/NR				21,3%					2						
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de		100,0%		78,7%			1		2						
RHAPSODY - tráfego de dados não gratu			54,0%		100,0%			2		2					
RHAPSODY - NS/NR			46,0%	21,3%				2	2						
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da				66,9%	8,2%				8	7			32,6 p.p.	20,4 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	100,0%	92,7%	33,1%	85,6%	1	6	9	8	7	0,0 p.p.	0,0 p.p.	17,0 p.p.	32,6 p.p.	26,0 p.p.
OUTRO - NS/NR			7,3%		6,2%			9		7			17,0 p.p.		17,8 p.p.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Redes sociais de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

FACEBOOK - tráfego de dados gratuito	34,1%	24,3%	30,0%	31,2%	33,6%	39	248	283	170	200	14,9 p.p.	5,3 p.p.	5,3 p.p.	7,0 p.p.	6,5 p.p.
FACEBOOK - tráfego de dados não gratui	39,0%	61,2%	63,7%	58,3%	53,2%	39	248	283	170	200	15,3 p.p.	6,1 p.p.	5,6 p.p.	7,4 p.p.	6,9 p.p.
FACEBOOK - NS/NR	26,9%	14,5%	6,3%	10,5%	13,2%	39	248	283	170	200	13,9 p.p.	4,4 p.p.	2,8 p.p.	4,6 p.p.	4,7 p.p.
INSTAGRAM - tráfego de dados gratuito	42,5%	21,2%	31,2%	29,3%	34,9%	13	112	121	68	81	26,9 p.p.	7,6 p.p.	8,3 p.p.	10,8 p.p.	10,4 p.p.
INSTAGRAM - tráfego de dados não grat	57,5%	71,0%	67,5%	66,6%	46,6%	13	112	121	68	81	26,9 p.p.	8,4 p.p.	8,3 p.p.	11,2 p.p.	10,9 p.p.
INSTAGRAM - NS/NR		7,8%	1,2%	4,1%	18,5%		112	121	68	81		5,0 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	8,5 p.p.
LINKEDIN - tráfego de dados gratuito	37,9%	24,7%	25,4%	20,3%	32,2%	8	59	81	52	61	33,6 p.p.	11,0 p.p.	9,5 p.p.	10,9 p.p.	11,7 p.p.
LINKEDIN - tráfego de dados não gratui	57,4%	47,5%	67,6%	68,4%	53,3%	8	59	81	52	61	34,3 p.p.	12,7 p.p.	10,2 p.p.	12,6 p.p.	12,5 p.p.
LINKEDIN - NS/NR	4,7%	27,8%	7,0%	11,3%	14,5%	8	59	81	52	61	14,6 p.p.	11,4 p.p.	5,6 p.p.	8,6 p.p.	8,8 p.p.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados gratuit	29,3%	35,8%	26,2%	43,8%	37,1%	3	49	45	34	46	51,5 p.p.	13,4 p.p.	12,8 p.p.	16,7 p.p.	14,0 p.p.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados não gr	70,7%	47,7%	66,2%	26,3%	48,2%	3	49	45	34	46	51,5 p.p.	14,0 p.p.	13,8 p.p.	14,8 p.p.	14,4 p.p.
GOOGLE PLUS - NS/NR		16,4%	7,6%	30,0%	14,7%		49	45	34	46		10,4 p.p.	7,7 p.p.	15,4 p.p.	10,2 p.p.
TWITTER - tráfego de dados gratuito	29,8%	37,6%	24,0%	32,7%	46,9%	8	46	49	27	34	31,7 p.p.	14,0 p.p.	12,0 p.p.	17,7 p.p.	16,8 p.p.
TWITTER - tráfego de dados não gratuitc	52,6%	51,6%	65,4%	49,3%	47,3%	8	46	49	27	34	34,6 p.p.	14,4 p.p.	13,3 p.p.	18,9 p.p.	16,8 p.p.
TWITTER - NS/NR	17,7%	10,8%	10,6%	17,9%	5,8%	8	46	49	27	34	26,4 p.p.	9,0 p.p.	8,6 p.p.	14,5 p.p.	7,9 p.p.
PINTEREST - tráfego de dados gratuito	54,7%	26,5%	27,6%	29,5%	19,5%	3	38	40	17	37	56,3 p.p.	14,0 p.p.	13,8 p.p.	21,7 p.p.	12,8 p.p.
PINTEREST - tráfego de dados não gratui	42,5%	64,9%	64,4%	58,5%	67,0%	3	38	40	17	37	55,9 p.p.	15,2 p.p.	14,8 p.p.	23,4 p.p.	15,2 p.p.
PINTEREST - NS/NR	2,9%	8,5%	8,0%	12,0%	13,6%	3	38	40	17	37	18,9 p.p.	8,9 p.p.	8,4 p.p.	15,5 p.p.	11,0 p.p.
MYSPLACE - tráfego de dados gratuito		47,2%	65,5%	39,9%	9,4%		5	9	7	4		43,8 p.p.	31,1 p.p.	36,3 p.p.	28,6 p.p.
MYSPLACE - tráfego de dados não gratuit		41,9%	34,5%	48,3%	90,6%		5	9	7	4		43,2 p.p.	31,1 p.p.	37,0 p.p.	28,6 p.p.
MYSPLACE - NS/NR		10,8%		11,8%			5		7			27,2 p.p.		23,9 p.p.	
FLIRCK - tráfego de dados gratuito		33,7%			61,1%		3			6					
FLIRCK - tráfego de dados não gratuito		66,3%	100,0%	40,4%	38,9%		3	5	4	6					
FLIRCK - NS/NR				59,6%					4						
TUMBLR - tráfego de dados gratuito	100,0%	14,2%	11,9%		27,6%	1	14	15		14	0,0 p.p.	18,3 p.p.	16,4 p.p.		23,4 p.p.
TUMBLR - tráfego de dados não gratuito		83,4%	85,7%	66,4%	63,8%		14	15	10	14		19,5 p.p.	17,7 p.p.	29,3 p.p.	25,2 p.p.
TUMBLR - NS/NR		2,5%	2,4%	33,6%	8,6%		14	15	10	14		8,1 p.p.	7,7 p.p.	29,3 p.p.	14,7 p.p.
OUTRO - tráfego de dados gratuito		74,6%					2								
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		25,4%	100,0%	38,4%	100,0%		2	3	2	2					
OUTRO - NS/NR				61,6%					2						

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito															
DROPBOX - tráfego de dados tráfego de	29,8%	18,5%	20,4%	25,2%	24,8%	27	123	182	85	124	17,2 p.p.	6,9 p.p.	5,9 p.p.	9,2 p.p.	7,6 p.p.
DROPBOX - tráfego de dados não gratui	47,3%	64,9%	66,3%	51,4%	54,5%	27	123	182	85	124	18,8 p.p.	8,4 p.p.	6,9 p.p.	10,6 p.p.	8,8 p.p.
DROPBOX - NS/NR	22,9%	16,6%	13,3%	23,4%	20,7%	27	123	182	85	124	15,8 p.p.	6,6 p.p.	4,9 p.p.	9,0 p.p.	7,1 p.p.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfeg	16,3%	24,5%	19,2%	16,8%	28,6%	24	103	147	68	105	14,8 p.p.	8,3 p.p.	6,4 p.p.	8,9 p.p.	8,6 p.p.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não g	53,2%	66,7%	67,2%	69,7%	53,3%	24	103	147	68	105	20,0 p.p.	9,1 p.p.	7,6 p.p.	10,9 p.p.	9,5 p.p.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	30,5%	8,9%	13,6%	13,5%	18,2%	24	103	147	68	105	18,4 p.p.	5,5 p.p.	5,5 p.p.	8,1 p.p.	7,4 p.p.
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de	39,2%	30,5%	22,6%	14,9%	24,2%	15	49	72	44	45	24,7 p.p.	12,9 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	12,5 p.p.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratui	34,5%	54,0%	64,8%	76,7%	51,1%	15	49	72	44	45	24,1 p.p.	14,0 p.p.	11,0 p.p.	12,5 p.p.	14,6 p.p.
ONEDRIVE - NS/NR	26,3%	15,5%	12,6%	8,4%	24,6%	15	49	72	44	45	22,3 p.p.	10,1 p.p.	7,7 p.p.	8,2 p.p.	12,6 p.p.
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de da		40,9%	36,6%	13,6%	12,6%		37	41	30	48		15,8 p.p.	14,7 p.p.	12,3 p.p.	9,4 p.p.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	52,9%	50,1%	45,7%	49,2%	48,8%	3	37	41	30	48	56,5 p.p.	16,1 p.p.	15,2 p.p.	17,9 p.p.	14,1 p.p.
ICLOUD - NS/NR	47,1%	9,1%	17,7%	37,1%	38,6%	3	37	41	30	48	56,5 p.p.	9,3 p.p.	11,7 p.p.	17,3 p.p.	13,8 p.p.
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego (36,4%	18,7%	45,5%	40,2%	31,3%	9	24	48	23	39	31,4 p.p.	15,6 p.p.	14,1 p.p.	20,0 p.p.	14,6 p.p.
MEO CLOUD - tráfego de dados não grat	45,2%	73,1%	36,9%	54,3%	39,4%	9	24	48	23	39	32,5 p.p.	17,7 p.p.	13,7 p.p.	20,4 p.p.	15,3 p.p.
MEO CLOUD - NS/NR	18,4%	8,2%	17,6%	5,5%	29,3%	9	24	48	23	39	25,3 p.p.	11,0 p.p.	10,8 p.p.	9,3 p.p.	14,3 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados		13,0%	5,5%	23,4%	28,8%		16	20	8	9		16,4 p.p.	10,0 p.p.	29,3 p.p.	29,6 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados	73,2%	53,0%	91,5%	76,6%	64,6%	2	16	20	8	9	61,4 p.p.	24,5 p.p.	12,2 p.p.	29,3 p.p.	31,2 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	26,8%	34,1%	3,1%		6,6%	2	16	20		9	61,4 p.p.	23,2 p.p.	7,5 p.p.		16,2 p.p.
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de	78,5%	30,1%	18,9%	14,7%	33,5%	4	29	40	21	21	40,3 p.p.	16,7 p.p.	12,1 p.p.	15,2 p.p.	20,2 p.p.
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratu	21,5%	44,6%	53,8%	62,3%	43,2%	4	29	40	21	21	40,3 p.p.	18,1 p.p.	15,4 p.p.	20,7 p.p.	21,2 p.p.
OFFICE 365 - NS/NR		25,3%	27,3%	23,0%	23,3%		29	40	21	21		15,8 p.p.	13,8 p.p.	18,0 p.p.	18,1 p.p.
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfego		19,2%	19,8%		30,5%		24	33		21		15,8 p.p.	13,6 p.p.		19,7 p.p.
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gr	34,3%	55,5%	55,1%	77,4%	48,6%	5	24	33	13	21	41,6 p.p.	19,9 p.p.	17,0 p.p.	22,7 p.p.	21,4 p.p.
TEAM VIEWER - NS/NR	65,7%	25,2%	25,1%	22,6%	20,9%	5	24	33	13	21	41,6 p.p.	17,4 p.p.	14,8 p.p.	22,7 p.p.	17,4 p.p.
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego (75,2%					3					
SALESFORCE - tráfego de dados não grat			100,0%	100,0%				1	1						
SALESFORCE - NS/NR					24,8%					3					
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da				85,0%					3						
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	63,7%		100,0%	15,0%	100,0%	3		7	3	4					
OUTRO - NS/NR	36,3%	100,0%				3	1								

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

MEO	7,0	7,6	7,6	7,3	7,5	105	493	517	315	388	0,5	0,2	0,2	0,3	0,3
NOS	7,6	7,5	7,9	7,7	7,7	100	395	498	301	346	0,5	0,2	0,2	0,3	0,2
Vodafone	8,7	8,1	8,5	8,4	8,3	57	255	244	121	125	0,5	0,3	0,2	0,4	0,3
Cabovisão	7,9	6,8	7,8	7,2	7,0	21	61	68	33	47	1,2	0,9	0,5	1,2	0,8
Outro		7,3	6,0	9,0	6,5		3	1	2	2					

Satisfação com o operador de Internet móvel

MEO	6,8	7,5	7,6	7,7	7,3	41	214	232	127	174	1,0	0,3	0,3	0,3	0,5
NOS	8,1	7,8	7,4	7,5	8,0	18	123	163	106	112	1,0	0,4	0,4	0,4	0,3
Vodafone	7,1	7,2	8,1	8,4	7,7	26	120	164	94	109	0,9	0,5	0,3	0,3	0,5
Moche	6,1	8,5	6,9	6,7	9,0	3	4	5	9	3	1,0	2,2	2,8	2,4	0,0
Yorn	8,5	7,0	7,6	7,1	8,3	6	19	22	11	5	0,8	1,2	1,0	1,5	1,6
Lycamobile					5,2					2					
Continente Mobile	6,0					1									
UZO		8,0	7,0	5,4			1	1	2						
Phone-ix															
Outro	8,5	8,0	7,3	7,1	8,2	3	8	8	2	5	1,4	1,1	3,0	1,9	1,1

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa															
Adequação dos tarifários	46,0%	43,6%	51,2%	48,8%	49,3%	96	434	516	275	315	10,0 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	31,0%	33,5%	34,2%	40,6%	27,6%	96	434	516	275	315	9,2 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.	5,8 p.p.	4,9 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	49,5%	41,0%	51,1%	47,2%	46,4%	96	434	516	275	315	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Atendimento	42,9%	36,8%	38,2%	35,2%	39,7%	96	434	516	275	315	9,9 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.	5,6 p.p.	5,4 p.p.
Clareza e transparência da informação fr	24,9%	23,3%	29,2%	27,5%	24,1%	96	434	516	275	315	8,7 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,7 p.p.
Cobertura e velocidade	74,5%	67,0%	76,3%	77,0%	73,0%	96	434	516	275	315	8,7 p.p.	4,4 p.p.	3,7 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
Credibilidade	22,2%	27,5%	33,0%	31,4%	38,5%	96	434	516	275	315	8,3 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,5 p.p.	5,4 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	39,9%	38,2%	37,5%	35,6%	34,6%	96	434	516	275	315	9,8 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.	5,7 p.p.	5,3 p.p.
É uma empresa inovadora	22,3%	16,6%	20,0%	12,1%	17,1%	96	434	516	275	315	8,3 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	4,2 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	28,2%	21,5%	27,5%	28,0%	28,2%	96	434	516	275	315	9,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	5,3 p.p.	5,0 p.p.
Preços	62,7%	50,5%	49,9%	48,2%	50,7%	96	434	516	275	315	9,7 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Proximidade aos clientes	16,3%	13,8%	19,5%	10,6%	16,0%	96	434	516	275	315	7,4 p.p.	3,2 p.p.	3,4 p.p.	3,6 p.p.	4,0 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	48,0%	42,1%	46,0%	44,3%	47,1%	96	434	516	275	315	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,6 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Relação qualidade/preço	49,9%	42,4%	41,8%	55,1%	46,6%	96	434	516	275	315	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Outros		0,3%	0,8%	0,1%	0,6%		434	516	275	315		0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,3 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	1,0%	0,1%	0,4%	0,1%	0,3%	96	434	516	275	315	2,0 p.p.	0,2 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.
Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa															
Preços/ Mensalidade/ Promoções	69,4%	54,3%	59,2%	46,1%	57,7%	49	176	141	87	112	12,9 p.p.	7,4 p.p.	8,1 p.p.	10,5 p.p.	9,1 p.p.
Credibilidade do operador	18,8%	11,6%	20,8%	10,2%	13,7%	49	176	141	87	112	10,9 p.p.	4,7 p.p.	6,7 p.p.	6,4 p.p.	6,4 p.p.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	68,5%	60,9%	49,7%	71,9%	67,1%	49	176	141	87	112	13,0 p.p.	7,2 p.p.	8,3 p.p.	9,4 p.p.	8,7 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	29,5%	31,5%	42,4%	35,7%	48,6%	49	176	141	87	112	12,8 p.p.	6,9 p.p.	8,2 p.p.	10,1 p.p.	9,3 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	58,3%	50,9%	46,5%	57,8%	48,6%	49	176	141	87	112	13,8 p.p.	7,4 p.p.	8,2 p.p.	10,4 p.p.	9,3 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid	45,7%	34,9%	42,1%	31,6%	39,5%	49	176	141	87	112	13,9 p.p.	7,0 p.p.	8,1 p.p.	9,8 p.p.	9,1 p.p.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	21,8%	16,7%	24,2%	17,9%	27,5%	49	176	141	87	112	11,6 p.p.	5,5 p.p.	7,1 p.p.	8,0 p.p.	8,3 p.p.
Alternativas na concorrência	33,0%	17,6%	22,9%	21,1%	31,2%	49	176	141	87	112	13,2 p.p.	5,6 p.p.	6,9 p.p.	8,6 p.p.	8,6 p.p.
Preço de chamdas de apoio ao cliente	36,0%	22,5%	35,7%	28,7%	31,9%	49	176	141	87	112	13,4 p.p.	6,2 p.p.	7,9 p.p.	9,5 p.p.	8,6 p.p.
Relação qualidade/preço	33,3%	30,2%	26,1%	23,3%	28,4%	49	176	141	87	112	13,2 p.p.	6,8 p.p.	7,2 p.p.	8,9 p.p.	8,4 p.p.
Outros		0,3%	0,4%	0,9%			176	141	87			0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.	
NS/NR		0,6%	0,4%		2,1%		176	141		112		1,1 p.p.	1,0 p.p.		2,7 p.p.
Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel															
Adequação dos tarifários	71,6%	67,1%	64,2%	60,2%	66,2%	31	141	199	113	146	15,9 p.p.	7,8 p.p.	6,7 p.p.	9,0 p.p.	7,7 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	30,1%	38,4%	43,3%	53,4%	34,3%	31	141	199	113	146	16,1 p.p.	8,0 p.p.	6,9 p.p.	9,2 p.p.	7,7 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	13,1%	40,4%	37,4%	39,4%	34,9%	31	141	199	113	146	11,9 p.p.	8,1 p.p.	6,7 p.p.	9,0 p.p.	7,7 p.p.
Atendimento	14,0%	30,6%	41,3%	35,9%	45,1%	31	141	199	113	146	12,2 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.	8,8 p.p.	8,1 p.p.
Clareza e transparência da informação fr	24,5%	32,3%	32,1%	32,8%	24,8%	31	141	199	113	146	15,1 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	8,7 p.p.	7,0 p.p.
Cobertura e velocidade	67,9%	70,1%	76,4%	69,3%	72,8%	31	141	199	113	146	16,4 p.p.	7,6 p.p.	5,9 p.p.	8,5 p.p.	7,2 p.p.
Credibilidade	27,7%	26,9%	41,2%	31,0%	44,0%	31	141	199	113	146	15,7 p.p.	7,3 p.p.	6,8 p.p.	8,5 p.p.	8,0 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	33,4%	46,3%	40,1%	37,6%	31,2%	31	141	199	113	146	16,6 p.p.	8,2 p.p.	6,8 p.p.	8,9 p.p.	7,5 p.p.
É uma empresa inovadora	14,6%	23,7%	23,4%	24,0%	16,7%	31	141	199	113	146	12,4 p.p.	7,0 p.p.	5,9 p.p.	7,9 p.p.	6,1 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	27,5%	31,9%	32,3%	29,2%	28,4%	31	141	199	113	146	15,7 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	8,4 p.p.	7,3 p.p.
Preços	79,5%	46,5%	58,4%	57,5%	53,0%	31	141	199	113	146	14,2 p.p.	8,2 p.p.	6,8 p.p.	9,1 p.p.	8,1 p.p.
Proximidade aos clientes	17,6%	19,8%	20,9%	21,9%	18,9%	31	141	199	113	146	13,4 p.p.	6,6 p.p.	5,6 p.p.	7,6 p.p.	6,3 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	37,2%	50,0%	39,4%	41,5%	38,6%	31	141	199	113	146	17,0 p.p.	8,3 p.p.	6,8 p.p.	9,1 p.p.	7,9 p.p.
Relação qualidade/preço	46,0%	50,7%	42,3%	40,1%	40,5%	31	141	199	113	146	17,5 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.	9,0 p.p.	8,0 p.p.
Outros		1,0%			0,4%		141			146		1,6 p.p.			1,0 p.p.
NS/NR	0,6%		1,6%			31		199			2,8 p.p.		1,7 p.p.		



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel

Preços/ Mensalidade/ Promoções	61,8%	66,1%	69,4%	72,2%	58,6%	17	70	76	38	45	23,1 p.p.	11,1 p.p.	10,4 p.p.	14,2 p.p.	14,4 p.p.
Credibilidade do operador	12,2%	17,2%	12,4%	7,2%	13,5%	17	70	76	38	45	15,6 p.p.	8,8 p.p.	7,4 p.p.	8,2 p.p.	10,0 p.p.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	52,5%	33,7%	38,9%	46,1%	57,8%	17	70	76	38	45	23,7 p.p.	11,1 p.p.	11,0 p.p.	15,8 p.p.	14,4 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	5,0%	17,5%	15,2%	24,8%	34,2%	17	70	76	38	45	10,4 p.p.	8,9 p.p.	8,1 p.p.	13,7 p.p.	13,9 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	61,6%	43,6%	49,4%	49,0%	46,0%	17	70	76	38	45	23,1 p.p.	11,6 p.p.	11,2 p.p.	15,9 p.p.	14,6 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid		35,9%	33,5%	35,2%	34,0%		70	76	38	45		11,2 p.p.	10,6 p.p.	15,2 p.p.	13,8 p.p.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	18,2%	26,0%	16,7%	20,2%	29,7%	17	70	76	38	45	18,4 p.p.	10,3 p.p.	8,4 p.p.	12,8 p.p.	13,3 p.p.
Alternativas na concorrência	4,6%	23,4%	17,7%	18,6%	21,5%	17	70	76	38	45	10,0 p.p.	9,9 p.p.	8,6 p.p.	12,4 p.p.	12,0 p.p.
Preço de chamadas de apoio ao cliente	19,7%	24,3%	30,3%	11,8%	40,0%	17	70	76	38	45	18,9 p.p.	10,1 p.p.	10,3 p.p.	10,3 p.p.	14,3 p.p.
Relação qualidade/preço	9,2%	33,6%	27,2%	28,2%	26,7%	17	70	76	38	45	13,7 p.p.	11,1 p.p.	10,0 p.p.	14,3 p.p.	12,9 p.p.
Outros		1,0%	3,2%	5,9%			70	76	38			2,3 p.p.	3,9 p.p.	7,5 p.p.	
NS/NR		0,9%	2,1%		4,1%		70	76		45		2,2 p.p.	3,2 p.p.		5,8 p.p.

Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado**Voz:**

1 - 5	11,8%	8,0%	6,1%	6,1%	8,9%	106	444	483	301	320	6,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.
6 - 8	65,4%	57,3%	60,3%	63,1%	66,3%	106	444	483	301	320	9,1 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.	5,5 p.p.	5,2 p.p.
9 - 10	22,8%	34,6%	33,6%	30,8%	24,9%	106	444	483	301	320	8,0 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.	5,2 p.p.	4,7 p.p.
média	7,6	7,8	7,9	7,7	7,6	109	450	491	308	327	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2

Vídeo:

1 - 5	12,6%	5,8%	5,5%	4,4%	8,7%	79	359	378	244	273	7,3 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.
6 - 8	71,5%	61,8%	67,3%	67,1%	69,5%	79	359	378	244	273	10,0 p.p.	5,0 p.p.	4,7 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
9 - 10	15,9%	32,4%	27,2%	28,4%	21,8%	79	359	378	244	273	8,1 p.p.	4,8 p.p.	4,5 p.p.	5,7 p.p.	4,9 p.p.
média	7,3	7,8	7,8	7,7	7,4	79	364	382	246	277	0,5	0,2	0,2	0,2	0,3

Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

1 - 5	2,9%	4,0%	3,0%	1,4%	2,3%	166	696	725	427	521	2,6 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,3 p.p.
6 - 8	49,3%	44,6%	45,6%	48,1%	54,5%	166	696	725	427	521	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	47,8%	51,0%	51,4%	50,5%	41,7%	166	696	725	427	521	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
média	8,3	8,3	8,4	8,4	8,1	166	696	725	427	521	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1

Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado

1 - 5	5,9%	3,2%	2,4%	4,6%	3,3%	165	705	798	445	523	3,6 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
6 - 8	45,2%	48,6%	51,0%	46,5%	53,7%	165	705	798	445	523	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	46,7%	48,2%	46,2%	49,0%	42,9%	165	705	798	445	523	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
média	8,2	8,3	8,3	8,2	8,2	165	705	798	445	523	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2

Satisfação com a rede social mais utilizada

1 - 5	7,4%	5,3%	5,0%	4,3%	5,1%	165	719	751	442	498	4,0 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.
6 - 8	54,1%	52,8%	55,5%	62,5%	60,8%	165	719	751	442	498	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	38,5%	41,2%	39,5%	33,2%	33,9%	165	719	751	442	498	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
média	8,0	8,0	8,0	7,9	7,8	165	719	751	442	498	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2

Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

1 - 5	1,6%	4,8%	2,1%	1,2%	4,2%	119	506	600	345	453	2,2 p.p.	1,9 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.
6 - 8	44,1%	51,1%	47,3%	53,3%	56,1%	119	506	600	345	453	8,9 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
9 - 10	46,6%	43,5%	50,5%	45,0%	39,6%	119	506	600	345	453	9,0 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
média	8,4	8,2	8,4	8,3	8,1	119	506	600	345	453	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2

Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado

1 - 5	3,5%	0,9%	0,9%	1,3%	0,6%	171	733	791	447	496	2,8 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.
6 - 8	31,9%	31,6%	31,8%	35,1%	39,7%	171	733	791	447	496	7,0 p.p.	3,4 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	64,6%	67,5%	67,3%	63,6%	59,7%	171	733	791	447	496	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
média	8,6	8,8	8,9	8,8	8,6	171	733	791	447	496	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado															
<u>Voz:</u>															
Quebras de ligação	79,8%	45,6%	53,7%	62,0%	64,5%	17	38	33	19	23	19,1 p.p.	15,8 p.p.	17,0 p.p.	21,8 p.p.	19,6 p.p.
Qualidade do serviço	2,0%	11,6%	9,6%	11,0%	15,5%	17	38	33	19	23	6,7 p.p.	10,2 p.p.	10,1 p.p.	14,1 p.p.	14,8 p.p.
Delay na transmissão de dados	3,4%	2,2%	9,3%		3,8%	17	38	33		23	8,6 p.p.	4,6 p.p.	9,9 p.p.		7,8 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação	9,1%		2,9%		1,1%	17		33		23	13,7 p.p.		5,8 p.p.		4,3 p.p.
Outros motivos		17,6%	11,8%	22,6%	2,4%		38	33	19	23		12,1 p.p.	11,0 p.p.	18,8 p.p.	6,2 p.p.
NS/NR	15,3%	30,9%	18,5%	4,4%	14,2%	17	38	33	19	23	17,1 p.p.	14,7 p.p.	13,2 p.p.	9,2 p.p.	14,2 p.p.
<u>Vídeo:</u>															
Quebras de ligação	70,8%	51,1%	51,5%	80,8%	26,2%	11	24	28	11	22	26,9 p.p.	20,0 p.p.	18,5 p.p.	23,3 p.p.	18,4 p.p.
Qualidade do serviço	29,9%	36,9%	16,6%	9,5%	37,6%	11	24	28	11	22	27,0 p.p.	19,3 p.p.	13,8 p.p.	17,3 p.p.	20,2 p.p.
Delay na transmissão de dados			11,7%		18,1%			28		22			11,9 p.p.		16,1 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação	4,9%				1,4%	11				22	12,7 p.p.				4,9 p.p.
Outros motivos	3,4%		1,8%	16,5%	2,4%	11		28	11	22	10,6 p.p.		4,9 p.p.	21,9 p.p.	6,4 p.p.
NS/NR	19,6%	24,1%	23,0%	2,6%	19,4%	11	24	28	11	22	23,4 p.p.	17,1 p.p.	15,6 p.p.	9,5 p.p.	16,5 p.p.
Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
Quebras de ligação	17,1%	38,7%	29,3%	21,1%	34,9%	6	27	18	10	14	30,1 p.p.	18,4 p.p.	21,0 p.p.	25,3 p.p.	25,0 p.p.
Qualidade do serviço		3,1%	7,2%		3,3%		27	18		14		6,5 p.p.	11,9 p.p.		9,3 p.p.
Delay na transmissão de dados	32,7%	1,7%	2,0%	10,8%	12,5%	6	27	18	10	14	37,5 p.p.	4,9 p.p.	6,5 p.p.	19,3 p.p.	17,3 p.p.
Poucas funcionalidades		3,2%	7,0%		9,8%		27	18		14		6,6 p.p.	11,8 p.p.		15,5 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação		1,5%	7,0%	6,5%			27	18	10			4,5 p.p.	11,8 p.p.	15,2 p.p.	
Outros motivos	50,3%	24,4%	2,2%	61,6%	40,9%	6	27	18	10	14	40,0 p.p.	16,2 p.p.	6,8 p.p.	30,1 p.p.	25,7 p.p.
NS/NR		29,5%	45,2%		22,3%		27	18		14		17,2 p.p.	23,0 p.p.		21,8 p.p.
Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado															
Quebras de ligação		50,3%	24,8%	48,6%	16,3%		29	28	16	16		18,2 p.p.	16,0 p.p.	24,5 p.p.	18,1 p.p.
Qualidade do serviço	6,1%	12,1%	16,1%	4,4%	5,7%	7	29	28	16	16	17,7 p.p.	11,9 p.p.	13,6 p.p.	10,1 p.p.	11,3 p.p.
Excesso de publicidade/ anúncios	48,2%	24,3%	16,4%	20,8%	24,8%	7	29	28	16	16	37,0 p.p.	15,6 p.p.	13,7 p.p.	19,9 p.p.	21,1 p.p.
Pouco espaço de armazenamento		4,3%					29					7,4 p.p.			
Tamanho/ peso da aplicação			1,2%	1,5%				28	16				4,0 p.p.	6,0 p.p.	
Outros motivos	14,8%	1,8%	2,3%	10,0%	17,1%	7	29	28	16	16	26,3 p.p.	4,8 p.p.	5,5 p.p.	14,7 p.p.	18,4 p.p.
NS/NR	30,9%	14,6%	51,4%	16,2%	43,7%	7	29	28	16	16	34,2 p.p.	12,8 p.p.	18,5 p.p.	18,1 p.p.	24,3 p.p.
Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada															
Quebras de ligação	0,9%	9,6%	12,9%	36,8%	7,9%	13	39	42	22	36	5,3 p.p.	9,2 p.p.	10,1 p.p.	20,1 p.p.	8,8 p.p.
Qualidade do serviço	12,3%	4,4%	5,9%	9,5%	3,4%	13	39	42	22	36	17,9 p.p.	6,4 p.p.	7,2 p.p.	12,2 p.p.	6,0 p.p.
Excesso de publicidade/ anúncios	1,1%	18,9%	7,7%	1,7%	9,9%	13	39	42	22	36	5,7 p.p.	12,3 p.p.	8,1 p.p.	5,4 p.p.	9,7 p.p.
Política de privacidade	50,1%	15,1%	33,4%	21,5%	26,7%	13	39	42	22	36	27,2 p.p.	11,2 p.p.	14,3 p.p.	17,2 p.p.	14,4 p.p.
Utilização do serviço por parte de outros	4,7%	20,0%	4,3%	3,9%	26,1%	13	39	42	22	36	11,5 p.p.	12,6 p.p.	6,1 p.p.	8,1 p.p.	14,3 p.p.
Outros motivos		7,9%	13,3%	1,7%	1,5%		39	42	22	36		8,5 p.p.	10,3 p.p.	5,4 p.p.	3,9 p.p.
NS/NR	30,8%	39,8%	28,0%	34,7%	42,0%	13	39	42	22	36	25,1 p.p.	15,4 p.p.	13,6 p.p.	19,9 p.p.	16,1 p.p.
Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Quebras de ligação		17,4%	14,3%	6,9%	28,5%		22	13	5	17		15,9 p.p.	19,0 p.p.	22,3 p.p.	21,5 p.p.
Qualidade do serviço		4,0%	6,9%		4,0%		22	13		17		8,2 p.p.	13,8 p.p.		9,4 p.p.
Política de privacidade		15,4%			2,2%		22			17		15,1 p.p.			7,0 p.p.
Capacidade de armazenamento			17,8%		38,9%			13		17			20,8 p.p.		23,2 p.p.
Outros motivos		22,3%	56,5%	28,0%	8,3%		22	13	5	17		17,4 p.p.	26,9 p.p.	39,4 p.p.	13,1 p.p.
NS/NR	100,0%	43,1%	4,4%	65,0%	22,0%	4	22	13	5	17	0,0 p.p.	20,7 p.p.	11,1 p.p.	41,8 p.p.	19,7 p.p.
Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado															
Quebras de ligação			23,7%		37,5%			5	7	6			37,3 p.p.		38,7 p.p.
Qualidade do serviço/ Qualidade dos res	47,9%	13,0%		63,4%		5	9		7		43,8 p.p.	22,0 p.p.		35,7 p.p.	
Política de privacidade		31,7%		6,5%	15,1%		9		7	6		30,4 p.p.		18,3 p.p.	28,6 p.p.
Excesso de publicidade/ anúncios															
Outros motivos		18,5%	7,4%		12,8%		9	5		6		25,3 p.p.	23,0 p.p.		26,7 p.p.
NS/NR	52,1%	36,9%	68,8%		34,6%	5	9	5		6	43,8 p.p.	31,5 p.p.	40,6 p.p.		38,1 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado

Voz e pago:

1 - 5	11,7%	27,8%	7,4%	20,7%		3	26	13	9		36,4 p.p.	17,2 p.p.	14,2 p.p.	26,5 p.p.	
6 - 8	88,3%	36,2%	64,8%	44,3%	61,6%	3	26	13	9	12	36,4 p.p.	18,5 p.p.	26,0 p.p.	32,4 p.p.	27,5 p.p.
9 - 10		36,0%	27,8%	35,0%	38,4%		26	13	9	12		18,4 p.p.	24,3 p.p.	31,2 p.p.	27,5 p.p.
média	7,5	6,9	7,7	7,3	8,2	3,0	27,0	13,0	10,0	13,0	1,2	1,1	1,0	1,6	1,3

Vídeo e pago:

1 - 5	28,1%	23,3%	5,9%	26,5%	7,5%	2	17	7	11	8	62,3 p.p.	20,1 p.p.	17,5 p.p.	26,1 p.p.	18,2 p.p.
6 - 8	71,9%	62,1%	53,7%	44,2%	58,9%	2	17	7	11	8	62,3 p.p.	23,1 p.p.	36,9 p.p.	29,3 p.p.	34,1 p.p.
9 - 10		14,6%	40,4%	29,3%	33,6%		17	7	11	8		16,8 p.p.	36,3 p.p.	26,9 p.p.	32,7 p.p.
média	7,2	6,7	8,5	7,1	7,8	2,0	18,0	7,0	12,0	9,0	2,4	1,0	1,1	1,5	1,8

Voz e gratuito:

1 - 5	9,2%	9,5%	6,2%	5,9%	7,2%	95	388	439	275	298	5,8 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.
6 - 8	59,8%	54,3%	53,7%	65,0%	59,1%	95	388	439	275	298	9,9 p.p.	5,0 p.p.	4,7 p.p.	5,6 p.p.	5,6 p.p.
9 - 10	31,0%	36,1%	40,0%	29,0%	33,6%	95	388	439	275	298	9,3 p.p.	4,8 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.	5,4 p.p.
média	8,0	7,8	8,0	7,8	7,7	99,0	414,0	463,0	289,0	308,0	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2

Vídeo e gratuito:

1 - 5	15,4%	6,6%	5,5%	5,9%	8,5%	71	329	348	219	257	8,4 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.
6 - 8	51,7%	58,9%	58,2%	58,1%	61,7%	71	329	348	219	257	11,6 p.p.	5,3 p.p.	5,2 p.p.	6,5 p.p.	5,9 p.p.
9 - 10	32,9%	34,4%	36,3%	36,0%	29,8%	71	329	348	219	257	10,9 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.	6,4 p.p.	5,6 p.p.
média	7,7	7,8	8,0	7,9	7,6	74,0	340,0	366,0	228,0	262,0	0,6	0,2	0,2	0,2	0,3

Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Pago:

1 - 5		43,2%	2,2%				23	16					20,2 p.p.	7,2 p.p.	
6 - 8	100,0%	41,0%	32,7%	50,1%	73,7%	2	23	16	9	13	0,0 p.p.	20,1 p.p.	23,0 p.p.	32,7 p.p.	23,9 p.p.
9 - 10		15,8%	65,1%	49,9%	26,3%		23	16	9	13		14,9 p.p.	23,4 p.p.	32,7 p.p.	23,9 p.p.
média	8,0	6,5	8,8	8,7	7,7	2,0	23,0	16,0	9,0	14,0	0,0	1,0	0,8	0,7	0,6

Gratuito:

1 - 5	2,4%	2,6%	1,3%	1,3%	1,7%	152	654	686	413	495	2,4 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.
6 - 8	50,6%	42,0%	39,3%	44,8%	52,2%	152	654	686	413	495	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.
9 - 10	47,0%	55,4%	59,3%	53,9%	46,1%	152	654	686	413	495	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.
média	8,4	8,5	8,6	8,5	8,4	154,0	657,0	687,0	414,0	497,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1

Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado

Pago:

1 - 5					13,0%					17					16,0 p.p.
6 - 8		52,5%	70,5%	69,0%	74,5%		17	21	8	17		23,7 p.p.	19,5 p.p.	32,0 p.p.	20,7 p.p.
9 - 10		47,5%	29,5%	31,0%	12,5%		17	21	8	17		23,7 p.p.	19,5 p.p.	32,0 p.p.	15,7 p.p.
média		8,1	8,2	8,1	7,2		17,0	21,0	8,0	17,0	0,0	0,7	0,5	0,6	0,7

Gratuito:

1 - 5	1,5%	2,1%	3,1%	3,0%	3,5%	159	668	756	432	498	1,9 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.
6 - 8	39,2%	49,3%	45,7%	47,8%	50,6%	159	668	756	432	498	7,6 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
9 - 10	59,3%	48,7%	51,2%	49,2%	45,9%	159	668	756	432	498	7,6 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
média	8,6	8,3	8,4	8,3	8,3	160,0	672,0	760,0	432,0	498,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2

Qualidade apercebida da rede social mais utilizada

Pago:

1 - 5	100,0%	18,6%	18,4%		6,0%	1	15	7		15	0,0 p.p.	19,7 p.p.	28,7 p.p.		12,0 p.p.
6 - 8		76,7%	75,1%	100,0%	89,9%		15	7	6	15		21,4 p.p.	32,0 p.p.	0,0 p.p.	15,3 p.p.
9 - 10		4,7%	6,5%		4,1%		15	7		15		10,7 p.p.	18,2 p.p.		10,0 p.p.
média	1,0	6,6	6,5	6,9	7,6	1,0	15,0	7,0	6,0	15,0	0,0	0,8	1,5	0,2	0,5

Gratuito:

1 - 5	1,3%	2,9%	2,4%	2,6%	3,5%	161	694	732	432	474	1,8 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,7 p.p.
6 - 8	54,1%	44,9%	47,5%	55,6%	50,0%	161	694	732	432	474	7,7 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.
9 - 10	44,6%	52,2%	50,1%	41,9%	46,5%	161	694	732	432	474	7,7 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.
média	8,3	8,4	8,4	8,2	8,2	161,0	695,0	733,0	432,0	475,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Pago:															
1 - 5	59,0%	23,4%		7,9%	9,3%	2	14		13	17	68,2 p.p.	22,2 p.p.		14,6 p.p.	13,8 p.p.
6 - 8		19,8%	38,0%	74,9%	79,8%		14	18	13	17		20,9 p.p.	22,4 p.p.	23,6 p.p.	19,1 p.p.
9 - 10	41,0%	56,8%	62,0%	17,2%	10,9%	2	14	18	13	17	68,2 p.p.	25,9 p.p.	22,4 p.p.	20,5 p.p.	14,8 p.p.
média	4,3	7,8	8,8	7,6	7,4	2,0	14,0	18,0	13,0	18,0	7,6	1,6	0,5	0,8	0,7
Gratuito:															
1 - 5	1,9%	1,5%	0,8%	0,9%	2,6%	102	480	567	327	430	2,7 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.
6 - 8	48,7%	51,1%	45,8%	47,4%	52,4%	102	480	567	327	430	9,7 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.
9 - 10	49,4%	47,4%	53,4%	51,7%	45,0%	102	480	567	327	430	9,7 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.
média	8,4	8,4	8,5	8,5	8,3	105,0	481,0	567,0	331,0	432,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado															
Sim	62,9%	49,1%	47,6%	48,6%	51,1%	123	531	571	364	376	8,5 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Não	37,1%	50,9%	52,4%	51,4%	48,9%	123	531	571	364	376	8,5 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	25,0%	23,7%	23,7%	11,7%	20,0%	74	268	286	187	192	9,9 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.	4,6 p.p.	5,7 p.p.
Operador de Internet	23,0%	43,0%	34,8%	46,0%	30,9%	74	268	286	187	192	9,6 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.	7,1 p.p.	6,5 p.p.
Operador de Internet e serviço	51,5%	31,9%	38,9%	40,0%	47,7%	74	268	286	187	192	11,4 p.p.	5,6 p.p.	5,6 p.p.	7,0 p.p.	7,1 p.p.
Dispositivo utilizado	0,5%	0,1%	0,2%	1,2%	1,2%	74	268	286	187	192	1,6 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Outros		1,2%	1,7%	1,1%	0,3%		268	286	187	192		1,3 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR		0,2%	0,8%	0,1%			268	286	187			0,5 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
Sim	45,4%	34,7%	35,2%	38,1%	39,9%	166	696	725	427	521	7,6 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Não	54,6%	65,3%	64,8%	61,9%	60,1%	166	696	725	427	521	7,6 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	27,8%	16,7%	20,4%	16,4%	25,9%	74	243	258	156	179	10,2 p.p.	4,7 p.p.	4,9 p.p.	5,8 p.p.	6,4 p.p.
Operador de Internet	22,2%	35,2%	42,8%	41,1%	35,4%	74	243	258	156	179	9,5 p.p.	6,0 p.p.	6,0 p.p.	7,7 p.p.	7,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	49,1%	46,4%	33,9%	39,9%	37,3%	74	243	258	156	179	11,4 p.p.	6,3 p.p.	5,8 p.p.	7,7 p.p.	7,1 p.p.
Dispositivo utilizado	0,5%	0,7%	0,5%	2,1%	1,2%	74	243	258	156	179	1,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	1,6 p.p.
Outros	0,4%	1,0%	2,4%	0,5%		74	243	258	156		1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.	
NS/NR					0,2%					179					0,7 p.p.
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado															
Sim	53,0%	48,0%	45,5%	52,7%	49,2%	165	705	798	445	523	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Não	47,0%	52,0%	54,5%	47,3%	50,8%	165	705	798	445	523	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	11,2%	9,5%	14,1%	10,1%	9,2%	85	349	384	234	261	6,7 p.p.	3,1 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Operador de Internet	52,5%	51,3%	49,6%	52,4%	54,6%	85	349	384	234	261	10,6 p.p.	5,2 p.p.	5,0 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	35,2%	37,0%	34,7%	35,5%	34,8%	85	349	384	234	261	10,1 p.p.	5,1 p.p.	4,8 p.p.	6,1 p.p.	5,8 p.p.
Dispositivo utilizado	1,1%	1,6%	0,9%	1,7%	1,3%	85	349	384	234	261	2,2 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.
Outros		0,6%	0,1%	0,2%			349	384	234			0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	
NS/NR			0,8%		0,2%			384		261			0,9 p.p.		0,5 p.p.
Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada															
Sim	54,4%	44,1%	47,9%	51,4%	46,0%	165	719	751	442	498	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
Não	45,6%	55,9%	52,1%	48,6%	54,0%	165	719	751	442	498	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	21,6%	19,3%	13,6%	14,5%	16,5%	90	330	390	233	245	8,5 p.p.	4,3 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,6 p.p.
Operador de Internet	38,8%	38,7%	44,5%	44,3%	38,2%	90	330	390	233	245	10,1 p.p.	5,3 p.p.	4,9 p.p.	6,4 p.p.	6,1 p.p.
Operador de Internet e serviço	39,2%	40,2%	40,7%	40,0%	42,5%	90	330	390	233	245	10,1 p.p.	5,3 p.p.	4,9 p.p.	6,3 p.p.	6,2 p.p.
Dispositivo utilizado	0,4%	1,5%	0,9%	1,2%		90	330	390	233	245	1,3 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.
Outros		0,2%	0,1%		0,7%		330	390		245		0,5 p.p.	0,4 p.p.		1,1 p.p.
NS/NR			0,1%		0,6%			390		245			0,4 p.p.		0,9 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Sim	25,5%	19,3%	18,7%	16,8%	19,0%	119	506	600	345	453	7,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Não	74,5%	80,7%	81,3%	83,2%	81,0%	119	506	600	345	453	7,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	10,5%	12,7%	27,3%	8,5%	18,5%	36	107	113	59	93	10,0 p.p.	6,3 p.p.	8,2 p.p.	7,1 p.p.	7,9 p.p.
Operador de Internet	52,9%	57,2%	40,2%	34,1%	36,8%	36	107	113	59	93	16,3 p.p.	9,4 p.p.	9,0 p.p.	12,1 p.p.	9,8 p.p.
Operador de Internet e serviço	35,5%	30,1%	32,2%	55,7%	44,7%	36	107	113	59	93	15,6 p.p.	8,7 p.p.	8,6 p.p.	12,7 p.p.	10,1 p.p.
Dispositivo utilizado	1,1%			1,0%		36			59		3,4 p.p.			2,6 p.p.	
Outros				0,7%					59					2,1 p.p.	
NS/NR			0,4%					113					1,2 p.p.		
Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado															
Sim	34,5%	32,4%	27,8%	34,6%	37,5%	171	733	791	447	496	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
Não	65,5%	67,6%	72,2%	65,4%	62,5%	171	733	791	447	496	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	8,0%	6,2%	7,1%	4,8%	5,5%	60	232	255	154	180	6,9 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Operador de Internet	47,5%	56,2%	60,4%	64,8%	56,9%	60	232	255	154	180	12,6 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.	7,5 p.p.	7,2 p.p.
Operador de Internet e serviço	43,4%	35,8%	29,6%	28,2%	34,3%	60	232	255	154	180	12,5 p.p.	6,2 p.p.	5,6 p.p.	7,1 p.p.	6,9 p.p.
Dispositivo utilizado	1,1%	1,6%	1,5%	0,9%	3,2%	60	232	255	154	180	2,7 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,6 p.p.
Outros		0,2%	1,3%	1,3%				232	255	154		0,6 p.p.	1,4 p.p.	1,8 p.p.	
NS/NR															

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:															
Min.	47.838.455	207.557.411	159.211.032	92.845.927	92.166.927	123	531	571	364	376	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	498062	2106725	2175832	1288180	1142980	123	531	571	364	376	1)	1)	1)	1)	1)
Média	96,0	98,5	73,2	72,1	80,6	123	531	571	364	376	36,2	16,4	12,5	13,5	18,6
Consumo Presente:															
Min.	49.494.616	206.638.332	158.789.465	93.618.876	88.481.911	123	531	571	364	376	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	498773	2108138	2176900	1289268	1143876	123	531	571	364	376	1)	1)	1)	1)	1)
Média	99,2	98,0	72,9	72,6	77,4	123	531	571	364	376	37,5	14,6	10,7	12,3	16,7
Consumo Futuro:															
Min.	51.907.888	219.358.366	169.045.059	102.771.185	93.382.648	123	531	571	364	376	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	499486	2109551	2177967	1290357	1144772	123	531	571	364	376	1)	1)	1)	1)	1)
Média	103,9	104,0	77,6	79,6	81,6	123	531	571	364	376	39,6	16,5	11,6	14,9	17,3
Evolução Passado-Presente	3%	0%	0%	1%	-4%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	5%	6%	6%	10%	6%						1)	1)	1)	1)	1)

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:															
Min.	108.320.092	369.639.161	271.722.832	124.990.996	152.755.360	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	676455	2559466	2486226	1299018	1469103	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Média	160,1	144,4	109,3	96,2	104,0	166	696	725	427	521	37,1	41,0	15,4	18,2	16,2
Consumo Presente:															
Min.	112.135.885	341.445.233	278.688.559	133.692.031	168.263.737	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	676807	2560056	2486654	1299455	1469676	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Média	165,7	133,4	112,1	102,9	114,5	166	696	725	427	521	37,0	15,7	14,9	19,2	19,8
Consumo Futuro:															
Min.	120.643.866	357.499.592	286.864.681	141.224.746	173.629.328	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	677160	2560645	2487082	1299892	1470249	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Média	178,2	139,6	115,3	108,6	118,1	166	696	725	427	521	39,5	17,7	14,2	20,1	19,2
Evolução Passado-Presente	4%	-8%	3%	7%	10%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	8%	5%	3%	6%	3%						1)	1)	1)	1)	1)

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Consumo Futuro:															
Min.	96.510.468	402.847.485	373.926.073	239.523.567	185.187.314	171	733	791	447		1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	711947	2738900	2816112	1623703	1518472	171	733	791	447		1)	1)	1)	1)	1)
Média	135,6	147,1	132,8	147,5	122,0	171	733	791	447		30,4	16,2	15,7	26,8	19,3
Evolução Passado-Presente	4%	-9%	0%	-1%	-3%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	7%	5%	8%	6%	6%						1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)															
VoIP - Internet móvel	14,0	16,6	9,5	10,8	11,6	123	529	568	362	376	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	85,3	81,4	63,4	61,8	65,8	123	529	568	362	376	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	26,2	22,6	18,8	21,9	21,1	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	139,4	110,7	93,3	81,0	93,4	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	13,8	14,6	14,4	14,7	11,9	165	705	798	445	523	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	105,7	89,6	89,9	85,7	77,3	165	705	798	445	523	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	22,5	31,2	21,4	28,1	24,3	165	719	751	442	498	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	186,2	154,5	129,3	123,8	95,6	165	719	751	442	498	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	7,8	10,4	7,1	7,5	7,3	119	506	600	345	453	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	45,2	53,5	43,1	45,7	54,7	119	506	600	345	453	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	20,0	23,4	17,4	27,7	16,2	171	733	791	447	496	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	107,1	116,5	105,0	111,1	99,1	171	733	791	447	496	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)															
VoIP - Internet móvel	6.966.843	34.942.682	20.773.601	13.953.312	13.220.257	123	529	568	362	376	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	42.527.772	171.695.650	138.015.863	79.665.564	75.261.654	123	529	568	362	376	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	17.765.686	57.928.881	46.685.932	28.420.140	31.057.694	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	94.370.199	283.516.352	232.002.627	105.271.891	137.206.042	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	9.393.358	36.412.198	39.719.332	20.436.282	17.614.300	165	705	798	445	523	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	71.815.527	223.083.668	247.546.421	119.272.639	114.728.980	165	705	798	445	523	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	15.837.523	81.367.539	57.358.234	41.626.255	36.807.134	165	719	751	442	498	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	131.118.244	402.882.161	347.345.843	183.490.971	144.947.097	165	719	751	442	498	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	3.602.147	19.003.260	15.129.067	7.397.939	9.037.435	119	506	600	345	453	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	20.917.246	98.123.280	91.851.779	44.965.685	67.991.595	119	506	600	345	453	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	14.262.186	63.955.153	49.067.431	44.910.695	24.566.127	171	733	791	447	496	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	76.257.347	319.017.066	295.747.314	180.374.790	150.444.819	171	733	791	447	496	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)															
VoIP - Internet móvel	14,6	17,6	10,2	11,9	12,2	123	529	568	362	376	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	89,3	86,4	67,5	67,8	69,4	123	529	568	362	376	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	28,2	23,7	19,3	23,1	21,8	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	149,9	115,9	96,0	85,5	96,3	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	14,0	16,2	15,6	15,9	12,6	165	705	798	445	523	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	107,3	99,4	97,3	92,7	82,3	165	705	798	445	523	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	22,8	32,2	21,9	28,8	24,5	165	719	751	442	498	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	188,8	159,2	132,3	126,9	96,7	165	719	751	442	498	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	8,6	11,1	8,2	8,3	7,9	119	506	600	345	453	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	49,8	57,4	49,8	50,7	59,5	119	506	600	345	453	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	21,4	24,6	18,9	29,4	17,1	171	733	791	447	496	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	114,2	122,5	113,9	118,1	104,8	171	733	791	447	496	1)	1)	1)	1)	1)

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)															
VoIP - Internet móvel	7.306.535	37.093.649	22.115.287	15.317.407	13.952.486	123	529	568	362	376	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	44.601.353	182.264.717	146.929.772	87.453.779	79.430.162	123	529	568	362	376	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	19.113.606	60.652.630	48.055.596	30.021.439	32.048.062	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	101.530.260	296.846.962	238.809.085	111.203.308	141.581.266	166	696	725	427	521	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	9.534.778	40.392.566	42.984.141	22.111.359	18.767.208	165	705	798	445	523	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	72.896.727	247.469.866	267.893.992	129.048.918	122.238.326	165	705	798	445	523	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	16.061.240	83.838.354	58.692.902	42.688.903	37.232.963	165	719	751	442	498	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	132.970.382	415.116.121	355.428.225	188.175.188	146.624.018	165	719	751	442	498	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	3.965.935	20.387.552	17.503.750	8.220.803	9.825.073	119	506	600	345	453	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	23.029.717	105.271.067	106.268.988	49.967.168	73.917.253	119	506	600	345	453	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	15.206.113	67.274.260	53.209.998	47.749.059	25.994.574	171	733	791	447	496	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	81.304.355	335.573.226	320.716.075	191.774.508	159.192.740	171	733	791	447	496	1)	1)	1)	1)	1)

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet															
Acesso lento	78,7%	72,6%	72,5%	66,6%	73,8%	38	158	144	83	98	13,0 p.p.	7,0 p.p.	7,3 p.p.	10,1 p.p.	8,7 p.p.
Quebras/ interrupções	56,4%	53,6%	66,8%	58,8%	58,1%	38	158	144	83	98	15,8 p.p.	7,8 p.p.	7,7 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.
Perdas de acesso	53,5%	40,3%	48,4%	36,0%	54,1%	38	158	144	83	98	15,9 p.p.	7,6 p.p.	8,2 p.p.	10,3 p.p.	9,9 p.p.
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	32,2%	37,3%	39,1%	40,6%	47,3%	38	158	144	83	98	14,9 p.p.	7,5 p.p.	8,0 p.p.	10,6 p.p.	9,9 p.p.
Cobertura do serviço fraca	38,1%	39,3%	45,4%	24,2%	51,0%	38	158	144	83	98	15,4 p.p.	7,6 p.p.	8,1 p.p.	9,2 p.p.	9,9 p.p.
Fraco apoio ao cliente	5,0%	13,4%	15,4%	19,4%	24,0%	38	158	144	83	98	6,9 p.p.	5,3 p.p.	5,9 p.p.	8,5 p.p.	8,5 p.p.
Outros															
NS/NR	8,6%	7,8%	1,7%	2,3%	1,6%	38	158	144	83	98	8,9 p.p.	4,2 p.p.	2,1 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP

Consumo atual - VoIP	25,4	21,9	21,2	21,7	22,8	123	531	571	364	376	5,7 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.
Consumo atual - STF/STM	74,6	78,1	78,8	78,3	77,2	123	531	571	364	376	5,7 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	11,9	11,0	10,0	10,9	11,3	123	531	571	364	376	5,7 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	88,1	89,0	90,0	89,1	88,7	123	531	571	364	376	5,7 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	8,7	8,1	6,4	7,7	7,4	123	531	571	364	376	5,0 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	91,3	91,9	93,6	92,3	92,6	123	531	571	364	376	5,0 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	5,7	4,5	3,0	4,0	3,5	123	531	571	364	376	4,1 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	94,3	95,5	97,0	96,0	96,5	123	531	571	364	376	4,1 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

Consumo atual - mensagens instantâneas	35,2	33,6	29,2	34,6	32,1	166	696	725	427	521	4,6 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.
Consumo atual - STM	64,8	66,4	70,8	65,4	67,9	166	696	725	427	521	4,6 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.
Metade do preço de STM - Mensagens i	18,6	18,4	16,1	18,3	17,7	166	696	725	427	521	5,9 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,7 p.p.	3,3 p.p.
Metade do preço de STM - STM	81,4	81,6	83,9	81,7	82,3	166	696	725	427	521	5,9 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,7 p.p.	3,3 p.p.
Igual ao preço de STM - Mensagens inst	15,8	14,5	12,1	14,3	13,4	166	696	725	427	521	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.
Igual ao preço de STM - STM	84,2	85,5	87,9	85,7	86,6	166	696	725	427	521	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.
Dobro do preço de STM - Mensagens ins	10,1	8,3	6,2	8,1	6,8	166	696	725	427	521	4,6 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,2 p.p.
Dobro do preço de STM - STM	89,9	91,7	93,8	91,9	93,2	166	696	725	427	521	4,6 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,2 p.p.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

Consumo atual - Audiovisual	27,8	27,2	25,6	26,2	24,5	165	705	798	445	523	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.
Consumo atual - TV	72,2	72,8	74,4	73,8	75,5	165	705	798	445	523	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisu	15,3	14,1	12,7	13,6	11,5	165	705	798	445	523	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,7 p.p.
Metade do preço de TV - TV	84,7	85,9	87,3	86,4	88,5	165	705	798	445	523	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,7 p.p.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	11,8	11,0	9,5	10,1	8,2	165	705	798	445	523	4,9 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,4 p.p.
Igual ao preço de TV - TV	88,2	89,0	90,5	89,9	91,8	165	705	798	445	523	4,9 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,4 p.p.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisua	6,5	6,3	4,7	5,4	4,2	165	705	798	445	523	3,8 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.
Dobro do preço de TV - TV	93,5	93,7	95,3	94,6	95,8	165	705	798	445	523	3,8 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel															
Preço	49,7%	53,1%	56,4%	49,0%	61,0%	123	531	571	364	376	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.
Segurança	17,8%	15,9%	12,9%	12,9%	13,2%	123	531	571	364	376	6,8 p.p.	3,1 p.p.	2,7 p.p.	3,4 p.p.	3,4 p.p.
Qualidade do serviço	38,5%	31,7%	28,6%	30,8%	31,6%	123	531	571	364	376	8,6 p.p.	4,0 p.p.	3,7 p.p.	4,7 p.p.	4,7 p.p.
Funcionalidades do serviço	47,3%	39,9%	43,1%	38,1%	39,3%	123	531	571	364	376	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
Realização de chamadas em grupo	20,3%	13,5%	14,3%	15,9%	19,8%	123	531	571	364	376	7,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,8 p.p.	4,0 p.p.
Realização de videochamadas	40,8%	37,8%	37,4%	40,7%	43,3%	123	531	571	364	376	8,7 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	5,0 p.p.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	36,0%	38,1%	41,1%	42,3%	37,4%	123	531	571	364	376	8,5 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont.	29,9%	29,2%	27,1%	21,1%	23,8%	123	531	571	364	376	8,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.	4,2 p.p.	4,3 p.p.
Outros	0,0%	0,1%	0,4%	0,4%	0,2%	123	531	571	364	376	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.
NS/NR	4,4%	4,9%	2,4%	5,6%	3,7%	123	531	571	364	376	3,6 p.p.	1,8 p.p.	1,2 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.
Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel															
Preço	51,2%	49,7%	51,7%	57,5%	57,1%	166	696	725	427	521	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
Segurança	17,0%	13,6%	17,4%	10,3%	16,3%	166	696	725	427	521	5,7 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.
Qualidade do serviço	33,1%	31,2%	34,6%	33,4%	35,3%	166	696	725	427	521	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.
Funcionalidades do serviço	47,7%	45,0%	50,1%	48,7%	55,0%	166	696	725	427	521	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	26,6%	27,1%	24,8%	24,6%	27,1%	166	696	725	427	521	6,7 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	24,0%	20,8%	20,4%	21,2%	20,4%	166	696	725	427	521	6,5 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	22,4%	21,4%	22,3%	21,1%	26,2%	166	696	725	427	521	6,3 p.p.	3,0 p.p.	3,3 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont.	41,4%	37,8%	38,5%	40,5%	36,8%	166	696	725	427	521	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,7 p.p.	4,1 p.p.
Outros	1,5%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	166	696	725	427	521	1,8 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.		0,2 p.p.
NS/NR	5,3%	2,5%	4,2%	4,1%	2,7%	166	696	725	427	521	3,4 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.
Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão															
Preço	40,3%	30,9%	32,9%	33,4%	38,2%	165	705	798	445	523	7,5 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
Segurança	18,0%	11,1%	10,7%	9,6%	13,8%	165	705	798	445	523	5,9 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	3,0 p.p.
Qualidade do serviço	47,9%	45,9%	42,3%	39,8%	46,5%	165	705	798	445	523	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	57,6%	61,0%	64,3%	65,6%	63,2%	165	705	798	445	523	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
Outros	1,5%	1,1%	0,2%	0,3%	0,9%	165	705	798	445	523	1,9 p.p.	0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	12,7%	7,7%	9,1%	9,2%	6,6%	165	705	798	445	523	5,1 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas															
Melhoria da qualidade das chamadas po	31,4%	37,2%	42,8%	36,4%	43,3%	123	531	571	364	376	8,2 p.p.	4,1 p.p.	4,1 p.p.	4,9 p.p.	5,0 p.p.
Melhoria da qualidade dos serviços de In	31,7%	35,0%	31,0%	26,6%	32,9%	123	531	571	364	376	8,2 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.	4,5 p.p.	4,7 p.p.
Melhoria da qualidade dos serviços de In	30,2%	37,7%	30,6%	33,6%	40,7%	123	531	571	364	376	8,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.	4,9 p.p.	5,0 p.p.
Os serviços Voip aumentarem o seu núm	17,2%	19,3%	23,1%	18,3%	19,2%	123	531	571	364	376	6,7 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	28,2%	36,3%	36,9%	34,8%	37,4%	123	531	571	364	376	7,9 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	4,9 p.p.	4,9 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet	1,2%	0,1%	0,5%	0,3%	0,3%	123	531	571		376	1,9 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.		0,5 p.p.
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfe		0,1%	0,1%		0,3%		531	571		376		0,2 p.p.	0,2 p.p.		0,6 p.p.
Outros		0,5%	0,0%	0,5%	0,3%		531	571	364	376		0,6 p.p.	0,1 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t		0,1%	0,1%		0,3%		531	571		376		0,2 p.p.	0,2 p.p.		0,6 p.p.
NS/NR	4,5%	7,0%	4,5%	4,2%	4,4%	123	531	571	364	376	3,7 p.p.	2,2 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens															
Melhoria da qualidade das mensagens p	27,5%	31,2%	35,6%	29,2%	31,3%	166	696	725	427	521	6,8 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	29,7%	27,8%	23,9%	22,0%	28,3%	166	696	725	427	521	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	30,8%	33,8%	37,0%	31,6%	39,5%	166	696	725	427	521	7,0 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
Aumentar o número de funcionalidades	27,3%	26,5%	28,1%	28,2%	25,1%	166	696	725	427	521	6,8 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,7 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	33,0%	33,9%	33,6%	33,0%	35,3%	166	696	725	427	521	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet		0,3%	1,6%	1,3%	1,5%		696	725	427	521		0,4 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Os serviços IM passarem a ser de tráfe		0,0%	0,0%	0,6%	0,9%		696	725	427	521		0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Outros	0,6%	0,4%	0,4%	1,3%	1,5%	166	696	725	427	521	1,1 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t	13,4%	13,9%	13,6%	20,1%	17,0%	166	696	725	427	521	5,2 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	3,2 p.p.
NS/NR	7,6%	5,3%	4,6%	6,4%	5,8%	166	696	725	427	521	4,0 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual															
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	37,1%	37,1%	34,5%	35,8%	44,5%	165	705	798	445	523	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	34,7%	38,0%	33,8%	34,4%	38,0%	165	705	798	445	523	7,3 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
O serviço de Internet móvel aumentar a	26,1%	28,5%	27,5%	33,6%	35,5%	165	705	798	445	523	6,7 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> au	29,1%	20,3%	24,6%	29,1%	28,0%	165	705	798	445	523	6,9 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet		0,3%	0,4%	0,1%	0,7%		705	798	445	523		0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.
Os serviços audiovisuais/ streaming pas		0,2%	0,4%				705	798				0,3 p.p.	0,5 p.p.		
Redução do preço dos serviços audiovisi	1,4%	0,4%	1,6%	1,5%	1,2%	165	705	798	445	523	1,8 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Outros		1,2%	0,3%	0,2%	0,4%		705	798	445	523		0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço c	16,6%	24,9%	25,0%	22,4%	23,0%	165	705	798	445	523	5,7 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
NS/NR	13,1%	6,9%	7,1%	7,8%	4,8%	165	705	798	445	523	5,1 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.



	485 euros vs 486 a 970 euros	485 euros vs 971 a 1455 euros	485 euros vs 1456 a 1940 euros	485 euros vs Mais de 1941 euros	486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros	486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros	486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros	971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros	971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros	1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros
--	------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	--	---

4.2.1 Caracterização da am

Género e classe etária

Masculino - mais 55 anos	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Masculino - 35 a 54 anos	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Masculino - 16 a 34 anos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - mais 55 anos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - 35 a 54 anos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Feminino - 16 a 34 anos	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Nível de escolaridade

Ensino básico ou menos	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Ensino secundário	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Ensino superior	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.

NS/NR

Distribuição por região por NUTS II

Norte	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Centro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Lisboa	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Alentejo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Algarve	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Madeira	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Açores	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Situação profissional

Empregado	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Desempregado	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
Aluno/ Estudante	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros inativos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
Outros										
NS/NR					Não Sig.					

Rendimento mensal do agregado familiar

Até 485 euros
 De 486 a 970 euros
 De 971 a 1455 euros
 De 1456 a 1940 euros
 De 1941 a 2425 euros
 De 2424 a 2909 euros
 Igual ou superior a 2910 euros
 NS/NR

4.2.2 Serviços OTT em Port

Pacote de serviços de telecomunicação:

Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Operador do pacote de serviços de tele

Meo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vodafone	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cabovisão	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços incluídos no pacote de telecon

Televisão por assinatura	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Serviço telefónico fixo	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Serviço telefónico móvel	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Internet fixa	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Internet móvel por dados móveis	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Internet móvel por pen <i>USB</i>	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Gasto médio mensal com o conjunto de

Entre 0 e 9,99 euros	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 10 e 19,99 euros	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 20 e 29,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 e 39,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 40 e 49,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 50 e 69,99 euros	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 70 e 89,99 euros	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 90 e 119,99 euros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
120 euros ou mais	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Tarifários de Internet móvel

Tarifário diário	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tarifário semanal	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tarifário mensal com dados móveis	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Assinatura mensal não incluída num pac	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Utilização dos grupos de serviços OTT

Motores de busca	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Redes sociais	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Serviços audiovisuais	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Mensagens instantâneas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
VoIP	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha e armazenamento de ficheiros	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços VoIP utilizadosApenas voz:

Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facetime	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Whatsapp	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tango					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Apenas videochamada:

Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facetime	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tango	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros										

Voz + Videochamada:

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Spotify	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vine	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vimeo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO Musica	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP Play	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TVI Player	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SoundCloud	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metacafe	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tidal					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Rhapsody	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Spotify	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vine	Não Sig.									
Vimeo								Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music					Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Musica	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP Play					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI Player	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SoundCloud										
Metacafe	Não Sig.									
Tidal										
Rhapsody										
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		

Redes sociais utilizadas

Facebook	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Instagram	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LinkedIn	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Google Plus	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Twitter	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Myspace	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Flirck	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tumblr	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Rede social mais utilizada

Facebook	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Instagram	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LinkedIn	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Plus	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Twitter					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Myspace										
Flirck										
Tumblr	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Sig.		Não Sig.	
Outro					Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Motivos de adesão/ utilização de serviço

Preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de videochamadas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas nece	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviço

Preço	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com di	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facilidade de acesso, sendo apenas nece	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviço

Preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de redes

Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de serviço

Preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança da informação	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de util	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço em qualquer dispo:	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ausência de limitação de tamanho do fic	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Motivos de adesão/ utilização de moto

Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ausência de limites para o tipo de inform	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Diversas fontes de informação	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Compras mais eficientes	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Maior leque de escolha/ oferta	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preços reduzidos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Serviços personalizados	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Comodidade do processo de compra	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Eliminação de distâncias física	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Acesso 24 horas por dia	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços que conhece e não estão dispo

ChatOn	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Amazon Instant Video	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hulu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Netflix	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sky Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Wuaki TV	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pandora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vevo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Uber	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços que gostaria de ver disponível:

ChatOn	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Amazon Instant Video	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hulu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Netflix	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sky Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pandora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vevo	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Uber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum										
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de :

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviços de mensagens instantâneas de

WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de da	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados gratuito					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados gratuito										
WECHAT - tráfego de dados não gratuít										
WECHAT - NS/NR										
LINE - tráfego de dados gratuito										
LINE - tráfego de dados não gratuito										
LINE - NS/NR										
QQ - tráfego de dados gratuito										
QQ - tráfego de dados não gratuito										
QQ - NS/NR										
TANGO - tráfego de dados gratuito										
TANGO - tráfego de dados não gratuito										
TANGO - NS/NR										
OUTRO - tráfego de dados gratuito								Não Sig.		
OUTRO - tráfego de dados não gratuito						Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR								Não Sig.		

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Motivos de insatisfação com o serviço \

Voz:

Quebras de ligação	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tamanho/ peso da aplicação		Não Sig.		Não Sig.					Não Sig.	
Outros motivos					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Vídeo:

Quebras de ligação	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados									Não Sig.	
Tamanho/ peso da aplicação				Não Sig.						
Outros motivos		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Poucas funcionalidades					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	
Tamanho/ peso da aplicação					Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Outros motivos	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pouco espaço de armazenamento										
Tamanho/ peso da aplicação								Não Sig.		
Outros motivos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com a rede soc

Quebras de ligação	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Política de privacidade	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço por parte de outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros motivos					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
Política de privacidade							Não Sig.			
Capacidade de armazenamento									Não Sig.	
Outros motivos					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o motor d

Quebras de ligação								Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço/ Qualidade dos res	Não Sig.		Não Sig.				Não Sig.			
Política de privacidade						Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios										
Outros motivos					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Falhas ocorridas durante a utilização dc

Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado			Não Sig.							
Outros										
NS/NR										

Falhas ocorridas durante a utilização dc

Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	
NS/NR										

4.2.4 Evolução das condições

Evolução do consumo de serviços VoIP

Consumo Passado:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

Evolução Presente-Futuro

Evolução do consumo de serviços de m

Consumo Passado:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

Evolução Presente-Futuro

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros



4.2.1 Caracterização da amostra

Género e classe etária															
Masculino - mais 55 anos	5,1%	5,5%	10,4%	10,2%	21,2%	181	708	718	396	455	2,0 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.
Masculino - 35 a 54 anos	21,9%	18,2%	22,5%	31,5%	26,6%	181	708	718	396	455	4,4 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	2,7 p.p.
Masculino - 16 a 34 anos	12,5%	21,6%	17,4%	15,6%	15,2%	181	708	718	396	455	4,1 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.
Feminino - mais 55 anos	7,3%	7,6%	7,9%	4,7%	5,7%	181	708	718	396	455	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Feminino - 35 a 54 anos	23,5%	19,5%	16,8%	18,2%	12,7%	181	708	718	396	455	4,5 p.p.	2,1 p.p.	1,9 p.p.	2,5 p.p.	2,2 p.p.
Feminino - 16 a 34 anos	29,7%	27,7%	24,9%	19,9%	18,7%	181	708	718	396	455	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.
Nível de escolaridade															
Ensino básico ou menos	29,0%	16,4%	15,9%	10,9%	5,7%	181	708	718	396	455	5,0 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.
Ensino secundário	58,4%	60,7%	58,5%	56,5%	51,6%	181	708	718	396	455	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Ensino superior	12,5%	22,9%	25,5%	32,6%	42,7%	181	708	718	396	455	3,9 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.
NS/NR	0,1%					181					0,2 p.p.				
Distribuição por região por NUTS II															
Norte	35,0%	32,4%	33,0%	33,2%	24,5%	181	708	718	396	455	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,7 p.p.
Centro	23,6%	20,5%	19,8%	18,1%	23,8%	181	708	718	396	455	4,7 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.
Lisboa	23,9%	29,1%	29,8%	35,6%	33,5%	181	708	718	396	455	4,7 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Alentejo	6,8%	7,2%	6,7%	6,6%	8,6%	181	708	718	396	455	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.
Algarve	1,4%	3,9%	6,6%	2,0%	3,3%	181	708	718	396	455	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.
Madeira	7,8%	5,2%	2,5%	2,9%	3,9%	181	708	718	396	455	2,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,4 p.p.
Açores	0,5%	1,4%	0,6%	0,4%	1,2%	181	708	718	396	455	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.
NS/NR	1,1%	0,3%	1,0%	1,1%	1,1%	181	708	718	396	455	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.
Situação profissional															
Empregado	24,5%	61,8%	62,9%	69,5%	60,4%	181	708	718	396	455	4,7 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.
Desempregado	55,1%	23,4%	16,3%	10,3%	6,6%	181	708	718	396	455	5,5 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.
Aluno/ Estudante	9,3%	8,3%	12,6%	10,7%	16,5%	181	708	718	396	455	3,5 p.p.	1,5 p.p.	1,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Outros inativos	10,2%	6,5%	8,1%	9,4%	16,5%	181	708	718	396	455	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.
Outros	1,0%					181					0,9 p.p.				
NS/NR		0,1%	0,1%				708	718				0,1 p.p.	0,1 p.p.		
Rendimento mensal do agregado familiar															
Até 485 euros	100,0%					181					0,0 p.p.				
De 486 a 970 euros		100,0%					708					0,0 p.p.			
De 971 a 1455 euros			100,0%					718					0,0 p.p.		
De 1456 a 1940 euros				100,0%					396					0,0 p.p.	
De 1941 a 2425 euros					54,8%					455					3,1 p.p.
De 2424 a 2909 euros					26,3%					455					2,7 p.p.
Igual ou superior a 2910 euros					18,9%					455					2,4 p.p.
NS/NR															

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Pacote de serviços de telecomunicações															
Sim	99,6%	99,9%	99,6%	99,7%	99,8%	168	671	696	384	445	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Não	0,4%	0,1%	0,4%	0,3%	0,2%	168	671	696	384	445	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Operador do pacote de serviços de telecomunicações															
Meo	37,3%	39,5%	39,7%	37,0%	39,8%	165	667	691	381	443	5,6 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
NOS	37,4%	34,4%	42,0%	44,0%	41,3%	165	667	691	381	443	5,4 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Vodafone	17,5%	21,3%	14,8%	15,4%	14,2%	165	667	691	381	443	4,9 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.
Cabovisão	7,8%	4,9%	3,5%	3,7%	4,7%	165	667	691	381	443	3,1 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações															
Televisão por assinatura	73,2%	78,4%	83,4%	83,2%	91,9%	181	708	718	396	455	5,1 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.
Serviço telefónico fixo	68,2%	72,7%	81,0%	81,8%	90,1%	181	708	718	396	455	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.
Serviço telefónico móvel	35,3%	44,5%	48,4%	54,3%	56,8%	181	708	718	396	455	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Internet fixa	84,9%	92,0%	92,1%	93,1%	96,9%	181	708	718	396	455	3,9 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,1 p.p.
Internet móvel por dados móveis	21,1%	32,9%	37,8%	45,9%	41,0%	181	708	718	396	455	5,2 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Internet móvel por pen USB	10,8%	14,3%	15,6%	21,8%	20,1%	181	708	718	396	455	3,6 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
NS/NR	2,0%	0,7%	0,9%	0,4%	0,3%	181	708	718	396	455	1,4 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,4 p.p.	0,7 p.p.
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações															
Entre 0 e 9,99 euros	11,3%	4,0%	2,1%	1,6%	0,6%	181	708	718	396	455	3,4 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Entre 10 e 19,99 euros	13,5%	7,4%	4,4%	3,7%	0,8%	181	708	718	396	455	3,8 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Entre 20 e 29,99 euros	15,7%	13,8%	11,1%	9,1%	6,2%	181	708	718	396	455	3,9 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.
Entre 30 e 39,99 euros	16,1%	17,7%	19,6%	14,7%	8,5%	181	708	718	396	455	4,1 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.
Entre 40 e 49,99 euros	23,4%	16,7%	14,3%	14,8%	16,6%	181	708	718	396	455	4,3 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Entre 50 e 69,99 euros	12,7%	23,9%	28,8%	32,5%	29,5%	181	708	718	396	455	3,7 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Entre 70 e 89,99 euros	2,6%	11,3%	14,2%	17,0%	18,2%	181	708	718	396	455	2,5 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.
Entre 90 e 119,99 euros	4,0%	2,4%	3,4%	5,8%	13,3%	181	708	718	396	455	1,9 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.
120 euros ou mais	1,1%	1,1%	0,4%	0,2%	3,7%	181	708	718	396	455	0,7 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.
NS/NR	0,7%	1,7%	1,5%	0,6%	2,6%	181	708	718	396	455	2,0 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,7 p.p.
Tarifários de Internet móvel															
Tarifário diário		22,4%	1,1%	21,3%	11,2%		34	40	23	13	8,8 p.p.	5,6 p.p.	4,6 p.p.	6,4 p.p.	5,6 p.p.
Tarifário semanal											9,4 p.p.	3,6 p.p.	3,7 p.p.	5,3 p.p.	2,3 p.p.
Tarifário mensal com dados móveis											2,7 p.p.	4,2 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	5,3 p.p.
Assinatura mensal não incluída num pac	74,5%	61,9%	90,1%	64,9%	84,0%	14	34	40	23	13	14,3 p.p.	7,0 p.p.	6,7 p.p.	9,1 p.p.	8,0 p.p.
Outro	7,6%	2,8%	7,8%	13,9%	4,8%	14	34	40	23	13	5,0 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.	4,1 p.p.	4,2 p.p.
NS/NR	17,9%	13,0%	1,0%			14	34	40			10,8 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	5,5 p.p.	3,2 p.p.
Utilização dos grupos de serviços OTT															
Motores de busca	99,2%	98,8%	99,3%	98,5%	96,9%	181	708	718	396	455	1,4 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.
Redes sociais	97,2%	93,8%	96,1%	96,7%	93,1%	181	708	718	396	455	2,2 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.
Serviços audiovisuais	95,9%	93,2%	94,6%	95,2%	92,8%	181	708	718	396	455	2,8 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Mensagens instantâneas	87,7%	87,6%	88,1%	91,2%	87,7%	181	708	718	396	455	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
VoIP	71,1%	73,9%	72,2%	78,0%	74,0%	181	708	718	396	455	4,9 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Partilha e armazenamento de ficheiros	57,8%	72,5%	74,1%	77,0%	77,8%	181	708	718	396	455	5,4 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Serviços VoIP utilizados															
<u>Apenas voz:</u>															
Skype	8,4%	7,7%	7,9%	7,1%	8,0%	181	708	718	396	455	3,0 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.
Skypeout											0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.		0,5 p.p.
Facetime	4,2%	1,9%	1,2%	0,2%	1,8%	181	708	718	396	455	1,8 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Viber	10,7%	8,1%	6,0%	12,4%	7,7%	181	708	718	396	455	3,4 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	2,2 p.p.	1,7 p.p.
Whatsapp	3,6%	1,7%	2,2%	1,9%	1,2%	181	708	718	396	455	2,7 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.
Facebook Messenger	19,3%	20,9%	17,0%	18,2%	17,2%	181	708	718	396	455	4,8 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Hangouts	2,6%	4,3%	4,4%	6,5%	3,6%	181	708	718	396	455	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Wechat	1,7%	1,0%	0,3%	1,1%	0,3%	181	708	718	396	455	1,3 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.
QQ	1,7%	1,0%	0,3%	0,4%	0,8%	181	708	718	396	455	1,3 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Line	2,1%	1,4%	0,4%	0,8%	0,4%	181	708	718	396	455	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.
Tango												0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Outros	1,8%	1,1%	1,4%	2,2%	0,6%	181	708	718	396	455	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Apenas videochamada:															
Skype	10,0%	11,9%	11,9%	11,2%	9,7%	181	708	718	396	455	3,4 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.
Skypeout											1,1 p.p.	0,3 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Facetime	1,3%	1,5%	1,7%	1,6%	1,3%	181	708	718	396	455	1,5 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.
Viber	1,7%	0,8%	1,1%	0,8%	2,2%	181	708	718	396	455	1,6 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.
Whatsapp											2,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Facebook Messenger	7,0%	10,2%	6,2%	5,4%	6,0%	181	708	718	396	455	2,6 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Hangouts	1,7%	1,3%	1,4%	1,2%	0,6%	181	708	718	396	455	1,6 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.
Wechat	1,0%	0,8%	0,6%	0,2%	1,0%	181	708	718	396	455	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
QQ	0,4%	0,1%	0,3%	0,1%	0,7%	181	708	718	396	455	1,0 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Line	0,4%	0,1%	0,3%		0,6%	181	708	718		455	1,0 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,1 p.p.	0,5 p.p.
Tango			0,2%					718			0,9 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.
Outros														0,3 p.p.	
Voz + Videochamada:															
Skype	34,4%	34,6%	37,4%	44,4%	43,0%	181	708	718	396	455	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Skypeout											0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.
Facetime	1,8%	2,9%	5,1%	5,4%	8,6%	181	708	718	396	455	1,6 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Viber	5,3%	4,3%	5,8%	6,4%	5,3%	181	708	718	396	455	2,1 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Whatsapp	0,6%	1,8%	1,4%	2,6%	1,7%	181	708	718	396	455	2,1 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.
Facebook Messenger	23,0%	24,3%	25,8%	28,0%	22,7%	181	708	718	396	455	4,6 p.p.	2,3 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Hangouts	1,5%	4,9%	5,1%	4,6%	5,4%	181	708	718	396	455	1,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,4 p.p.
Wechat	2,2%	0,9%	2,0%	1,1%	1,5%	181	708	718	396	455	1,3 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.
QQ	1,0%	0,4%	1,6%	0,4%	0,0%	181	708	718	396	455	0,9 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Line	0,6%	0,3%	2,5%	0,4%	0,1%	181	708	718	396	455	1,0 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.
Tango											0,7 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Outros	0,2%	0,1%	0,4%		0,6%	181	708	718		455	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Serviço VoIP mais utilizado															
Skype	54,3%	40,0%	45,5%	46,5%	53,2%	63	255	272	164	157	8,7 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Skypeout															
Facetime	1,1%	0,2%	1,7%	0,5%	6,7%	63	255	272	164	157	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	2,3 p.p.
Viber	4,3%	3,9%	4,8%	3,9%	7,4%	63	255	272	164	157	3,8 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.
Whatsapp	6,3%	2,4%	3,4%	1,8%	1,1%	63	255	272	164	157	4,8 p.p.	2,7 p.p.	2,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.
Facebook Messenger	31,1%	50,7%	39,7%	42,1%	28,0%	63	255	272	164	157	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	4,6 p.p.
Hangouts	1,1%	2,2%	3,3%	3,9%	2,9%	63	255	272	164	157	2,3 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,6 p.p.
Wechat		0,7%					255					0,5 p.p.			0,4 p.p.
QQ	1,1%					63					1,3 p.p.				
Line				0,3%					164				0,4 p.p.	0,4 p.p.	
Tango															0,4 p.p.
Outros	0,7%		1,6%	1,0%	0,6%	63		272	164	157	1,1 p.p.		0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.
Serviços de mensagens instantâneas utilizados															
Whatsapp	4,6%	3,3%	4,2%	5,3%	3,0%	181	708	718	396	455	3,9 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Facebook Messenger	77,6%	78,6%	78,3%	78,8%	75,3%	181	708	718	396	455	4,3 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.
Skype	41,0%	44,3%	47,7%	52,9%	50,1%	181	708	718	396	455	5,4 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Viber	8,5%	8,6%	9,0%	12,1%	8,6%	181	708	718	396	455	3,0 p.p.	1,8 p.p.	1,7 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.
Hangouts	6,5%	10,6%	11,9%	12,5%	11,8%	181	708	718	396	455	2,4 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,9 p.p.
Wechat	0,8%	0,5%	1,7%	0,5%	2,9%	181	708	718	396	455	0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Line	1,0%	0,5%	0,5%	0,1%		181	708	718	396		0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.
QQ	0,6%	0,3%		0,4%	0,0%	181	708		396	455	0,6 p.p.	0,2 p.p.		0,4 p.p.	0,2 p.p.
Tango												0,2 p.p.			0,3 p.p.
Outros	2,3%	1,7%	0,3%	1,9%	1,4%	181	708	718	396	455	1,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
Nenhum	13,1%	12,5%	11,9%	8,8%	12,3%	181	708	718	396	455	3,6 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
Whatsapp	2,5%	2,2%	1,4%	0,7%	2,0%	96	357	337	189	221	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.
Facebook Messenger	82,7%	79,1%	77,2%	70,7%	69,4%	96	357	337	189	221	6,0 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.	4,6 p.p.	4,1 p.p.
Skype	12,2%	12,1%	15,1%	18,7%	23,5%	96	357	337	189	221	4,3 p.p.	2,1 p.p.	2,3 p.p.	3,8 p.p.	3,3 p.p.
Viber	1,5%	2,5%	1,1%	4,6%	1,9%	96	357	337	189	221	1,5 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.
Hangouts	0,5%	3,8%	5,0%	4,9%	2,2%	96	357	337	189	221	0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.
Wechat															
Line															
QQ				0,4%					189					0,4 p.p.	
Tango															
Outros	0,6%	0,2%	0,1%		1,0%	96	357	337		221	0,9 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.
Serviços de audiovisual utilizados															
Youtube	88,3%	89,1%	93,0%	91,7%	85,9%	181	708	718	396	455	3,7 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.
Spotify	18,1%	19,3%	21,9%	22,9%	26,4%	181	708	718	396	455	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Vine	3,8%	3,3%	4,2%	4,3%	5,8%	181	708	718	396	455	2,0 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.
Vimeo	13,2%	13,5%	16,1%	17,9%	17,6%	181	708	718	396	455	3,6 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Apple Music	1,5%	3,4%	6,6%	2,7%	6,0%	181	708	718	396	455	1,8 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.
MEO Musica	4,9%	8,2%	12,4%	9,3%	13,0%	181	708	718	396	455	2,5 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.
RTP Play	8,0%	16,1%	12,2%	14,2%	15,8%	181	708	718	396	455	2,8 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.
MEO Go	5,9%	8,8%	10,8%	11,9%	18,8%	181	708	718	396	455	3,0 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.
TVI Player	12,8%	13,5%	11,4%	11,4%	12,9%	181	708	718	396	455	3,6 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
SoundCloud	8,6%	8,8%	8,4%	8,9%	6,1%	181	708	718	396	455	3,0 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.
Metacafe	1,4%	1,8%	1,0%	1,3%	0,4%	181	708	718	396	455	1,2 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.
Tidal		0,1%	0,2%	0,2%	0,5%		708	718	396	455		0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Rhapsody		1,1%	0,3%	0,2%	0,2%		708	718	396	455		1,4 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.
Outro	2,9%	1,0%	2,7%	4,0%	1,8%	181	708	718	396	455	1,8 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.
Nenhum	5,0%	7,2%	5,6%	4,9%	8,3%	181	708	718	396	455	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.
Serviço de audiovisual mais utilizado															
Youtube	88,9%	90,4%	86,8%	90,9%	84,9%	100	375	403	210	247	4,9 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.
Spotify	4,8%	1,7%	6,8%	3,0%	6,7%	100	375	403	210	247	3,2 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Vine											0,5 p.p.	0,5 p.p.			
Vimeo			0,2%	0,7%	0,8%				403	210			0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.
Apple Music				0,7%	0,6%				403	247		0,6 p.p.	0,6 p.p.		0,7 p.p.
MEO Musica	0,1%	1,2%	1,2%	1,3%	2,7%	100	375	403	210	247	2,0 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.
RTP Play			0,2%	0,2%	2,5%		375	403	210	247		1,0 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.
MEO Go	4,0%	2,1%	2,9%	3,3%	1,9%	100	375	403	210	247	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	1,6 p.p.
TVI Player	1,0%	1,9%	0,6%	0,2%		100	375	403	210		1,8 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.
SoundCloud														0,6 p.p.	
Metacafe	0,6%					100					1,0 p.p.	0,2 p.p.			
Tidal															
Rhapsody															
Outro	0,5%	0,3%	0,6%	0,4%		100	375	403	210		0,9 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	
Redes sociais utilizadas															
Facebook	96,2%	92,2%	93,9%	94,6%	90,3%	181	708	718	396	455	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Instagram	25,8%	27,0%	27,9%	26,4%	29,3%	181	708	718	396	455	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.
LinkedIn	21,8%	22,6%	23,4%	32,4%	30,9%	181	708	718	396	455	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.
Google Plus	17,3%	18,8%	21,8%	21,0%	23,8%	181	708	718	396	455	3,9 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.
Twitter	26,3%	16,9%	16,3%	19,6%	23,6%	181	708	718	396	455	4,5 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.
Pinterest	8,3%	9,7%	12,4%	12,4%	14,8%	181	708	718	396	455	3,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
Myspace	3,7%	2,3%	4,0%	1,4%	3,6%	181	708	718	396	455	1,7 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.
Flirck	3,8%	3,5%	2,6%	2,0%	1,5%	181	708	718	396	455	1,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.
Tumblr	7,6%	7,4%	6,8%	8,0%	10,1%	181	708	718	396	455	2,8 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.
Outro	0,2%	0,8%	1,5%	1,1%	0,9%	181	708	718	396	455	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.
Nenhum	2,8%	6,2%	3,9%	3,3%	6,9%	181	708	718	396	455	2,2 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Rede social mais utilizada															
Facebook	95,1%	92,1%	93,3%	94,3%	90,4%	108	382	392	210	249	3,4 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Instagram	3,3%	1,3%	1,2%	0,4%	1,8%	108	382	392	210	249	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.
LinkedIn	0,3%	0,4%	0,8%	2,5%	3,2%	108	382	392	210	249	0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.
Google Plus	1,0%	1,6%	2,1%	1,2%	0,4%	108	382	392	210	249	1,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,7 p.p.	1,2 p.p.
Twitter		1,8%	0,5%	1,3%	1,2%		382	392	210	249		0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Pinterest	0,1%	0,7%	0,0%		3,1%	108	382	392		249	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.
Myspace															
Flirck													0,3 p.p.		
Tumblr	0,1%	1,9%	1,7%			108	382	392			0,4 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.		0,4 p.p.
Outro		0,3%	0,5%	0,3%			382	392	210			0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros															
Dropbox	26,5%	41,8%	44,9%	47,6%	47,3%	181	708	718	396	455	5,0 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Google Drive	39,5%	38,5%	42,5%	45,9%	46,4%	181	708	718	396	455	5,2 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
OneDrive	20,3%	17,7%	21,7%	20,4%	22,1%	181	708	718	396	455	4,4 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.
iCloud	5,1%	9,5%	12,2%	8,2%	14,2%	181	708	718	396	455	2,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
MEO Cloud	7,5%	11,6%	12,4%	10,2%	16,4%	181	708	718	396	455	2,7 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
Google Hangouts	2,5%	6,6%	3,1%	3,8%	3,7%	181	708	718	396	455	1,8 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.
Office 365	5,5%	8,4%	10,0%	8,0%	12,6%	181	708	718	396	455	2,6 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,9 p.p.
Team Viewer	8,4%	7,3%	10,9%	12,4%	8,3%	181	708	718	396	455	3,3 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	1,6 p.p.
Salesfoce	0,4%	0,5%		0,2%	0,6%	181	708		396	455	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Outro	2,0%	1,6%	1,9%	1,6%	1,8%	181	708	718	396	455	1,3 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
Nenhum	43,4%	28,4%	26,8%	23,0%	22,7%	181	708	718	396	455	5,4 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.
Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Dropbox	22,8%	42,9%	46,0%	35,5%	32,0%	59	291	301	183	214	7,6 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,5 p.p.
Google Drive	40,4%	21,5%	30,3%	27,7%	32,7%	59	291	301	183	214	8,7 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
OneDrive	23,5%	14,7%	9,7%	13,8%	11,6%	59	291	301	183	214	7,3 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.
iCloud		2,3%	1,4%	2,7%	5,0%		291	301	183	214		2,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	2,2 p.p.
MEO Cloud	7,5%	8,1%	5,6%	9,5%	12,2%	59	291	301	183	214	3,7 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.
Google Hangouts	0,5%	2,3%	0,6%		0,3%	59	291	301		214	1,8 p.p.	1,5 p.p.	0,7 p.p.	1,5 p.p.	0,7 p.p.
Office 365	4,6%	4,2%	2,8%	3,4%	3,8%	59	291	301	183	214	3,7 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.
Team Viewer		2,4%	2,8%	5,7%	0,5%		291	301	183	214		3,7 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.
Salesfoce															
Outro	0,6%	1,5%	0,8%	1,7%	1,8%	59	291	301	183	214	1,8 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados															
Google	95,7%	95,7%	98,0%	97,5%	94,4%	181	708	718	396	455	2,2 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.
Yahoo	10,9%	10,6%	9,8%	9,7%	12,5%	181	708	718	396	455	3,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Bing	14,0%	11,8%	12,8%	14,9%	14,5%	181	708	718	396	455	3,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
Ask	6,4%	6,5%	5,6%	6,5%	4,7%	181	708	718	396	455	2,4 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.
Amazon	7,6%	14,1%	16,4%	13,1%	19,0%	181	708	718	396	455	2,8 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.
Ebay	15,1%	27,8%	26,5%	31,5%	29,2%	181	708	718	396	455	4,0 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.
Groupon	3,7%	10,6%	10,6%	11,8%	9,3%	181	708	718	396	455	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.
OLX	47,3%	51,3%	50,2%	49,5%	42,8%	181	708	718	396	455	5,4 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Wikipedia	36,0%	35,6%	40,3%	37,3%	42,5%	181	708	718	396	455	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Sapo	22,0%	33,6%	33,4%	36,6%	31,2%	181	708	718	396	455	4,5 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,9 p.p.
Outro	1,3%	1,4%	1,4%	1,5%	2,9%	181	708	718	396	455	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Nenhum	1,5%	1,2%	0,7%	1,5%	3,2%	181	708	718	396	455	1,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado															
Google	92,4%	88,3%	93,1%	92,8%	89,7%	102	410	416	217	247	4,4 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,5 p.p.	3,0 p.p.
Yahoo		1,2%					410					0,6 p.p.	0,1 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.
Bing	0,6%	0,1%	0,7%		0,5%	102	410	416		247	1,7 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Ask				0,3%					217					0,4 p.p.	
Amazon	0,4%			0,7%	1,4%	102			217	247	0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.
Ebay	0,4%	4,0%	1,2%	0,9%	3,6%	102	410	416	217	247	1,9 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.
Groupon		0,2%		0,5%	0,5%		410		217	247		0,3 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	1,3 p.p.
OLX	4,2%	4,1%	4,5%	3,2%	1,4%	102	410	416	217	247	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.
Wikipedia	2,0%	0,4%			0,5%	102	410			247	1,9 p.p.	0,5 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.
Sapo	0,1%	1,7%	0,5%	1,7%	1,4%	102	410	416	217	247	0,4 p.p.	1,0 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.
Outro					1,1%					247		0,1 p.p.	0,4 p.p.		0,6 p.p.
No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet															
Sim	44,3%	47,1%	52,2%	56,8%	40,7%	181	708	718	396	455	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Não	47,8%	50,5%	45,0%	41,5%	57,4%	181	708	718	396	455	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
NS/NR	7,9%	2,3%	2,8%	1,6%	1,9%	181	708	718	396	455	2,7 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP															
Preço	27,6%	22,0%	30,5%	29,3%	44,9%	63	255	272	164	157	7,8 p.p.	3,8 p.p.	3,8 p.p.	4,7 p.p.	4,9 p.p.
Qualidade do serviço	29,9%	26,0%	33,1%	34,0%	33,3%	63	255	272	164	157	8,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.
Funcionalidades do serviço	48,3%	48,4%	46,0%	57,8%	56,6%	63	255	272	164	157	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,0 p.p.
Realização de chamadas em grupo	15,0%	13,5%	22,5%	11,2%	27,4%	63	255	272	164	157	6,2 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.	4,1 p.p.
Realização de videochamadas	40,8%	43,9%	40,2%	41,5%	45,7%	63	255	272	164	157	8,4 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	5,0 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas nece	54,8%	61,1%	62,6%	63,9%	64,5%	63	255	272	164	157	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	4,8 p.p.
Conselho de amigos	28,0%	20,2%	18,8%	12,8%	18,7%	63	255	272	164	157	7,4 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	3,9 p.p.	4,1 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	29,6%	41,0%	38,5%	35,3%	43,4%	63	255	272	164	157	8,6 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	4,8 p.p.	5,0 p.p.
Outros	2,9%	0,8%	1,2%	1,1%	0,4%	63	255	272	164	157	2,2 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	4,5%	1,0%	0,5%		0,3%	63	255	272	164	157	3,3 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas															
Preço	26,7%	24,9%	30,0%	38,7%	39,8%	96	357	337	189	221	6,5 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Qualidade do serviço	26,2%	30,9%	30,1%	28,5%	36,3%	96	357	337	189	221	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.
Funcionalidades do serviço	53,2%	49,7%	51,1%	50,7%	60,2%	96	357	337	189	221	7,4 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	31,5%	25,7%	27,4%	31,6%	30,1%	96	357	337	189	221	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	3,9 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	29,0%	21,3%	24,4%	28,9%	28,0%	96	357	337	189	221	6,9 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	4,2 p.p.	3,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	34,4%	30,2%	31,1%	23,6%	32,2%	96	357	337	189	221	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas nece	66,8%	56,2%	62,3%	67,7%	62,5%	96	357	337	189	221	7,3 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Conselho de amigos	17,7%	14,8%	12,0%	11,5%	7,5%	96	357	337	189	221	5,3 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	48,9%	48,9%	50,4%	45,4%	53,9%	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
Outros	2,3%	2,0%	1,0%	0,5%	2,6%	96	357	337	189	221	1,9 p.p.	0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.
NS/NR	1,1%	1,9%	1,6%	2,6%	2,6%	96	357	337	189	221	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual															
Preço	18,0%	24,2%	26,7%	28,7%	28,3%	100	375	403	210	247	6,2 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.
Qualidade do serviço	41,9%	47,8%	41,7%	47,2%	50,9%	100	375	403	210	247	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	53,9%	67,4%	68,1%	66,9%	70,3%	100	375	403	210	247	7,5 p.p.	3,4 p.p.	3,2 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.
Conselho de amigos	24,8%	13,2%	23,4%	15,1%	9,9%	100	375	403	210	247	6,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	3,6 p.p.	2,9 p.p.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	5,0%	2,1%	1,8%	1,4%	1,1%	100	375	403	210	247	3,0 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Outros	0,4%	0,7%	1,6%	0,7%	0,7%	100	375	403	210	247	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.	1,2 p.p.
NS/NR	9,7%	6,0%	5,6%	4,6%	9,3%	100	375	403	210	247	4,4 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,1 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de redes sociais															
Qualidade do serviço	25,7%	27,3%	26,6%	23,2%	28,8%	108	382	392	210	249	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Funcionalidades do serviço	54,9%	52,2%	56,4%	53,6%	55,9%	108	382	392	210	249	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.
Conselho de amigos	33,2%	26,7%	26,3%	23,9%	24,6%	108	382	392	210	249	7,4 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,3 p.p.	3,8 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	62,3%	72,4%	68,7%	74,2%	73,0%	108	382	392	210	249	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.
Outros	2,4%	1,3%	0,9%	1,9%		108	382	392	210	249	1,5 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.
NS/NR	4,5%	1,3%	2,9%	1,0%	1,9%	108	382	392	210	249	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros															
Preço	29,3%	27,3%	34,0%	22,5%	36,0%	59	291	301	183	214	7,7 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Segurança da informação	31,6%	38,3%	35,3%	39,2%	33,2%	59	291	301	183	214	8,4 p.p.	4,2 p.p.	3,7 p.p.	5,2 p.p.	4,3 p.p.
Qualidade do serviço	46,7%	47,5%	59,6%	47,6%	51,2%	59	291	301	183	214	9,0 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	60,4%	52,5%	58,3%	60,6%	58,4%	59	291	301	183	214	8,8 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
Partilha de ficheiros entre grupos de util	42,2%	40,9%	48,5%	39,3%	48,2%	59	291	301	183	214	8,7 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.
Utilização do serviço em qualquer dispo:	38,3%	37,7%	47,5%	55,7%	51,8%	59	291	301	183	214	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
Elevada capacidade de armazenamento	42,2%	37,0%	47,3%	38,7%	41,9%	59	291	301	183	214	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
Ausência de limitação de tamanho do fic	1,1%	12,3%	20,6%	12,8%	7,1%	59	291	301	183	214	4,4 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.
Conselho de amigos	18,8%	12,9%	14,7%	14,8%	21,0%	59	291	301	183	214	6,5 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.	3,8 p.p.	3,0 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	3,7%	7,1%	10,9%	8,2%	13,0%	59	291	301	183	214	2,7 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.	2,8 p.p.	3,0 p.p.
Outros	0,7%	1,3%	0,2%	0,5%	2,3%	59	291	301	183	214	1,1 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.
NS/NR	9,0%	1,7%	0,5%	2,1%	0,7%	59	291	301	183	214	4,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,6 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico															
Qualidade do serviço	61,1%	65,3%	64,4%	72,2%	73,8%	102	410	416	217	247	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.
Funcionalidades do serviço	63,4%	64,0%	70,9%	62,3%	64,3%	102	410	416	217	247	7,0 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
Conselho de amigos	20,9%	11,0%	7,2%	10,4%	13,9%	102	410	416	217	247	5,7 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Ausência de limites para o tipo de inform	32,3%	31,7%	31,4%	32,8%	35,3%	102	410	416	217	247	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	62,9%	67,9%	68,5%	60,1%	61,1%	102	410	416	217	247	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Diversas fontes de informação	45,3%	51,3%	48,1%	46,5%	48,8%	102	410	416	217	247	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.
Compras mais eficientes	1,8%	4,1%	1,8%	1,3%	4,3%	102	410	416	217	247	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.
Maior leque de escolha/ oferta	0,9%	3,4%	4,1%	1,1%	5,8%	102	410	416	217	247	2,4 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.
Preços reduzidos	2,2%	4,5%	3,2%	2,0%	4,8%	102	410	416	217	247	3,1 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.
Serviços personalizados		0,8%	0,3%	2,1%			410	416	217		0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.
Comodidade do processo de compra	0,8%	1,7%	1,6%	1,7%	2,4%	102	410	416	217	247	1,3 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,9 p.p.
Eliminação de distâncias física	0,4%	0,4%	1,2%	0,8%	2,9%	102	410	416	217	247	0,9 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,3 p.p.
Acesso 24 horas por dia	2,2%	1,7%	1,3%	1,1%	1,2%	102	410	416	217	247	2,6 p.p.	1,0 p.p.	0,7 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.
Outros	0,4%	1,5%	0,8%	2,1%	1,0%	102	410	416	217	247	0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	4,1%	0,3%	1,8%	0,6%	0,2%	102	410	416	217	247	2,4 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal															
ChatOn	8,5%	9,2%	11,4%	12,7%	12,5%	181	708	718	396	455	3,2 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.
Wasabee	5,9%	4,1%	5,3%	7,8%	3,6%	181	708	718	396	455	2,7 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Amazon Instant Video	8,6%	12,6%	12,9%	11,6%	15,9%	181	708	718	396	455	3,3 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
BBC iplayer	4,7%	7,3%	9,7%	7,6%	10,5%	181	708	718	396	455	2,4 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,9 p.p.
HBO Go	5,4%	8,2%	8,5%	8,7%	12,8%	181	708	718	396	455	2,9 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Hulu	7,7%	5,3%	7,0%	4,3%	8,2%	181	708	718	396	455	2,8 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Netflix	33,3%	33,6%	41,2%	46,6%	47,5%	181	708	718	396	455	5,3 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Sky Go	6,7%	8,4%	10,6%	9,3%	11,6%	181	708	718	396	455	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	1,9 p.p.	2,1 p.p.
Wuaki TV	1,2%	0,8%	1,1%	0,1%	1,3%	181	708	718	396	455	1,6 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Pandora	8,1%	11,7%	15,6%	10,4%	16,2%	181	708	718	396	455	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.
Vevo	26,9%	28,5%	26,1%	33,4%	29,7%	181	708	718	396	455	5,0 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Uber	24,6%	30,9%	29,6%	38,9%	43,7%	181	708	718	396	455	4,9 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Nenhum			0,3%					718			0,7 p.p.	0,1 p.p.	0,2 p.p.		0,2 p.p.
Outro	52,5%	39,0%	37,2%	29,6%	30,4%	181	708	718	396	455	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,2 p.p.	2,9 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal															
ChatOn	43,7%	43,3%	46,3%	31,7%	21,6%	13	68	72	44	45	18,8 p.p.	8,3 p.p.	7,4 p.p.	9,2 p.p.	9,1 p.p.
Wasabee	38,3%	13,1%	51,1%	34,8%	15,0%	8	25	35	26	20	24,8 p.p.	9,7 p.p.	10,9 p.p.	13,8 p.p.	11,4 p.p.
Amazon Instant Vídeo	53,9%	49,8%	43,5%	50,4%	48,9%	17	86	82	50	53	16,3 p.p.	8,0 p.p.	7,4 p.p.	9,0 p.p.	8,7 p.p.
BBC iplayer	100,0%	59,0%	50,2%	40,8%	59,6%	6	58	59	36	43	20,2 p.p.	9,3 p.p.	8,5 p.p.	11,1 p.p.	9,9 p.p.
HBO Go	71,5%	50,4%	47,8%	49,1%	47,1%	10	64	64	38	53	18,0 p.p.	7,9 p.p.	7,8 p.p.	10,3 p.p.	9,0 p.p.
Hulu	49,2%	34,8%	30,5%	27,4%	35,9%	15	48	43	21	42	19,7 p.p.	10,3 p.p.	10,2 p.p.	14,0 p.p.	10,5 p.p.
Netflix	61,8%	76,6%	74,9%	69,8%	77,4%	63	269	289	191	210	8,5 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.
Sky Go	80,4%	45,0%	47,1%	28,4%	40,5%	10	59	69	32	40	20,3 p.p.	9,0 p.p.	8,1 p.p.	11,5 p.p.	9,8 p.p.
Wuaki TV	94,4%	7,9%	48,3%	31,4%	31,4%	2	7	5	7	7	40,4 p.p.	16,2 p.p.	26,8 p.p.	38,6 p.p.	20,6 p.p.
Pandora	37,6%	36,1%	33,4%	23,8%	38,0%	13	88	99	47	65	17,3 p.p.	7,4 p.p.	6,1 p.p.	8,9 p.p.	8,1 p.p.
Vevo	63,7%	38,8%	40,6%	41,0%	49,4%	50	209	199	127	140	9,8 p.p.	4,7 p.p.	4,6 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Uber	38,7%	36,4%	45,8%	42,2%	46,6%	44	243	233	172	203	10,1 p.p.	4,3 p.p.	4,2 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
Nenhum															
Outro	21,5%	18,6%	16,3%	20,4%	16,8%	91	442	443	285	311	6,1 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,9 p.p.
Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP															
<u>Dias úteis das 7 às 19 horas:</u>															
Não acede	41,8%	33,8%	33,6%	37,7%	26,0%	63	255	272	164	157	8,3 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,7%	24,2%	26,9%	20,5%	39,9%	63	255	272	164	157	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.	5,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	20,1%	14,0%	13,9%	12,0%	17,1%	63	255	272	164	157	7,4 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	5,5%	11,1%	13,0%	15,2%	7,8%	63	255	272	164	157	4,6 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	1,8%	9,3%	9,4%	8,2%	3,7%	63	255	272	164	157	3,5 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,0%	6,6%	2,2%	6,1%	5,1%	63	255	272	164	157	4,5 p.p.	2,3 p.p.	1,2 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,0%	0,9%	0,9%	0,3%	0,4%	63	255	272	164	157	2,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	36,4	37,2	28,7	33,0	26,8	63	255	272	164	157	17,0	8,7	5,8	7,4	8,5
<u>Dias úteis das 19 às 7 horas:</u>															
Não acede	4,7%	14,3%	13,7%	16,1%	17,4%	63	255	272	164	157	4,7 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	44,1%	22,7%	31,1%	28,6%	29,0%	63	255	272	164	157	8,4 p.p.	3,7 p.p.	3,8 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	19,7%	25,2%	17,7%	23,7%	21,0%	63	255	272	164	157	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,2 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,2%	17,8%	18,4%	17,9%	13,3%	63	255	272	164	157	6,9 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	7,8%	13,6%	15,6%	11,4%	15,6%	63	255	272	164	157	4,4 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,6%	5,8%	3,4%	1,9%	3,3%	63	255	272	164	157	4,6 p.p.	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%	63	255	272	164	157	2,2 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	54,8	43,1	36,1	31,8	36,1	63	255	272	164	157	15,7	7,7	4,6	5,6	8,1
<u>Fins-de-semana das 7 às 19 horas:</u>															
Não acede	34,9%	22,8%	24,2%	27,1%	20,2%	63	255	272	164	157	8,2 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	14,1%	24,1%	25,7%	22,3%	35,0%	63	255	272	164	157	6,9 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	20,0%	16,6%	12,4%	11,1%	7,8%	63	255	272	164	157	6,4 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,9%	12,9%	16,0%	21,8%	24,1%	63	255	272	164	157	5,1 p.p.	2,7 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 2 horas	9,7%	15,5%	16,4%	11,8%	7,4%	63	255	272	164	157	6,2 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.	3,1 p.p.	2,7 p.p.
Entre 2 a 5 horas	8,2%	7,0%	4,1%	5,3%	4,3%	63	255	272	164	157	4,7 p.p.	2,5 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	5,2%	1,0%	1,2%	0,6%	1,2%	63	255	272	164	157	3,3 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	61,7	45,5	41,4	38,7	37,2	63	255	272	164	157	20,4	9,5	7,2	7,2	8,5
<u>Fins-de-semana das 19 às 7 horas:</u>															
Não acede	12,6%	15,0%	19,6%	16,7%	19,8%	63	255	272	164	157	6,4 p.p.	3,0 p.p.	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	20,9%	19,9%	30,4%	24,7%	26,1%	63	255	272	164	157	6,6 p.p.	3,4 p.p.	3,8 p.p.	4,6 p.p.	4,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	28,0%	20,8%	12,8%	19,5%	18,3%	63	255	272	164	157	7,9 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	3,7 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	12,4%	18,3%	14,2%	20,0%	16,1%	63	255	272	164	157	6,2 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	4,9%	11,7%	16,2%	12,9%	13,5%	63	255	272	164	157	5,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	13,2%	12,7%	6,5%	5,9%	5,4%	63	255	272	164	157	5,6 p.p.	2,8 p.p.	1,9 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	8,1%	1,5%	0,3%	0,3%	0,8%	63	255	272	164	157	3,6 p.p.	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.
Média min.	86,9	59,5	41,5	40,8	40,8	63	255	272	164	157	24,8	9,1	5,6	7,2	9,4

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas															
<u>Dias úteis das 7 às 19 horas:</u>															
Não acede	10,5%	9,9%	12,1%	14,9%	19,7%	96	357	337	189	221	4,0 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	32,1%	25,6%	31,9%	28,7%	27,4%	96	357	337	189	221	7,2 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	9,0%	22,4%	19,1%	21,9%	18,6%	96	357	337	189	221	4,5 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	24,0%	21,1%	11,9%	10,2%	15,1%	96	357	337	189	221	6,5 p.p.	2,8 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,6%	12,6%	13,8%	14,1%	9,3%	96	357	337	189	221	4,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	15,2%	6,9%	8,8%	8,4%	7,1%	96	357	337	189	221	5,1 p.p.	2,1 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,6%	1,5%	2,4%	1,7%	2,9%	96	357	337	189	221	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	66,6	50,0	55,6	51,0	51,0	96	357	337	189	221	19,2	7,8	8,1	11,1	12,0
<u>Dias úteis das 19 às 7 horas:</u>															
Não acede	5,5%	6,5%	9,3%	7,9%	11,1%	96	357	337	189	221	3,4 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	24,2%	25,5%	24,3%	29,4%	28,7%	96	357	337	189	221	6,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	12,3%	17,2%	18,1%	25,9%	13,2%	96	357	337	189	221	5,6 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	2,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,1%	18,4%	22,9%	15,0%	17,3%	96	357	337	189	221	5,7 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	17,9%	19,0%	16,2%	10,2%	21,0%	96	357	337	189	221	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	3,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	17,4%	12,8%	7,6%	11,3%	7,1%	96	357	337	189	221	5,1 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas	6,6%	0,6%	1,6%	0,2%	1,5%	96	357	337	189	221	3,4 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	98,3	61,3	54,9	49,1	54,8	96	357	337	189	221	25,2	7,8	7,6	8,8	8,6
<u>Fins-de-semana das 7 às 19 horas:</u>															
Não acede	10,1%	9,5%	14,5%	16,8%	12,8%	96	357	337	189	221	4,3 p.p.	2,1 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	23,7%	22,7%	23,8%	27,5%	27,1%	96	357	337	189	221	6,4 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	11,0%	21,7%	21,9%	19,4%	15,1%	96	357	337	189	221	5,0 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	13,2%	13,0%	11,8%	15,6%	18,6%	96	357	337	189	221	5,6 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,4%	16,7%	16,3%	12,8%	11,8%	96	357	337	189	221	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.
Entre 2 a 5 horas	14,1%	12,7%	9,9%	5,2%	12,0%	96	357	337	189	221	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	8,6%	3,7%	1,8%	2,7%	2,7%	96	357	337	189	221	3,9 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.
Média min.	101,0	72,9	56,8	49,7	63,4	96	357	337	189	221	24,5	11,2	8,3	12,6	12,6
<u>Fins-de-semana das 19 às 7 horas:</u>															
Não acede	5,9%	5,8%	13,1%	15,7%	16,1%	96	357	337	189	221	3,7 p.p.	2,0 p.p.	2,3 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 15 min.	20,3%	22,9%	21,5%	26,2%	23,4%	96	357	337	189	221	5,9 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	9,5%	14,7%	18,9%	17,7%	19,4%	96	357	337	189	221	4,8 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,2 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	14,4%	15,5%	16,3%	15,7%	16,8%	96	357	337	189	221	5,9 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	24,6%	22,6%	18,2%	12,0%	13,0%	96	357	337	189	221	6,6 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,8%	15,3%	9,0%	10,3%	9,1%	96	357	337	189	221	4,8 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	12,5%	3,3%	3,1%	2,4%	2,1%	96	357	337	189	221	4,3 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Média min.	123,1	81,4	64,1	57,9	55,5	96	357	337	189	221	28,3	10,2	8,7	12,7	10,9
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual															
<u>Dias úteis das 7 às 19 horas:</u>															
Não acede	16,9%	20,7%	22,2%	21,2%	17,3%	100	375	403	210	247	5,8 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,7 p.p.	3,3 p.p.
Entre 1 a 15 min.	18,8%	25,1%	25,4%	25,3%	23,7%	100	375	403	210	247	6,3 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	31,2%	20,8%	16,2%	13,8%	23,0%	100	375	403	210	247	6,7 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,5 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	19,0%	12,0%	14,7%	21,9%	19,4%	100	375	403	210	247	5,9 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	7,0%	14,0%	13,7%	11,7%	10,1%	100	375	403	210	247	4,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	3,0 p.p.	2,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	0,9%	5,6%	6,2%	5,6%	4,0%	100	375	403	210	247	3,2 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,4 p.p.	1,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	6,2%	1,8%	1,6%	0,4%	2,4%	100	375	403	210	247	3,1 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	56,8	45,6	45,7	39,5	45,6	100	375	403	210	247	23,3	6,9	6,6	7,0	7,2
<u>Dias úteis das 19 às 7 horas:</u>															
Não acede	5,3%	9,4%	8,3%	4,6%	10,9%	100	375	403	210	247	4,3 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	2,4 p.p.	2,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	17,1%	18,0%	24,9%	22,8%	20,8%	100	375	403	210	247	5,9 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	31,0%	25,2%	22,2%	21,6%	19,7%	100	375	403	210	247	6,8 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	20,4%	19,9%	14,7%	22,5%	26,3%	100	375	403	210	247	6,1 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.
Entre 1 a 2 horas	12,2%	18,2%	16,0%	23,5%	15,5%	100	375	403	210	247	5,2 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,6%	7,7%	13,0%	5,0%	4,8%	100	375	403	210	247	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,4%	1,5%	0,7%	2,0%	2,0%	100	375	403	210	247	1,4 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	62,1	56,3	59,2	48,4	52,0	100	375	403	210	247	13,1	7,2	6,7	7,2	8,4

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	15,2%	14,7%	13,3%	13,3%	13,3%	100	375	403	210	247	5,1 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	15,6%	17,1%	18,3%	16,1%	19,1%	100	375	403	210	247	6,2 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,7 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	31,9%	20,7%	19,1%	18,0%	16,3%	100	375	403	210	247	6,7 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,3%	17,6%	18,2%	23,7%	25,8%	100	375	403	210	247	5,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	10,1%	18,5%	15,7%	19,8%	12,7%	100	375	403	210	247	4,4 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	11,6%	6,6%	11,2%	8,7%	11,6%	100	375	403	210	247	5,2 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,5%	4,8%	4,2%	0,4%	1,2%	100	375	403	210	247	3,0 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.
Média min.	69,6	68,7	73,1	54,2	58,8	100	375	403	210	247	19,6	10,1	9,1	8,4	9,1
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	10,9%	11,3%	11,0%	4,9%	10,1%	100	375	403	210	247	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	11,8%	15,3%	20,1%	19,7%	14,8%	100	375	403	210	247	5,7 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	23,3%	19,6%	14,3%	15,7%	20,2%	100	375	403	210	247	6,2 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	23,9%	17,8%	16,2%	24,5%	25,9%	100	375	403	210	247	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	12,9%	22,3%	18,8%	25,1%	22,3%	100	375	403	210	247	5,4 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,5%	11,1%	16,8%	10,1%	4,5%	100	375	403	210	247	4,6 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	7,7%	2,6%	2,8%	2,2%	2,2%	100	375	403	210	247	3,3 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.
Média min.	87,6	70,2	78,7	59,9	58,0	100	375	403	210	247	21,8	8,9	8,1	13,1	10,4
Tempo médio dedicado à utilização de redes sociais															
Dias úteis das 7 às 19 horas:															
Não acede	4,1%	8,2%	12,5%	13,2%	12,1%	108	382	392	210	249	3,0 p.p.	2,0 p.p.	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	25,2%	17,1%	19,8%	21,6%	26,1%	108	382	392	210	249	6,4 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	15,7%	18,5%	17,2%	21,7%	17,7%	108	382	392	210	249	5,3 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	4,1 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,1%	21,1%	17,1%	16,2%	13,2%	108	382	392	210	249	6,2 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,7%	16,0%	19,4%	9,8%	20,1%	108	382	392	210	249	6,3 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	3,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	10,1%	14,6%	9,4%	12,0%	9,5%	108	382	392	210	249	4,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	10,1%	4,5%	4,6%	5,5%	1,4%	108	382	392	210	249	4,4 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	103,0	83,0	74,0	76,1	57,1	108	382	392	210	249	29,6	11,3	10,8	15,5	8,3
Dias úteis das 19 às 7 horas:															
Não acede	1,3%	5,8%	4,9%	3,7%	5,9%	108	382	392	210	249	3,3 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	14,0%	10,5%	14,1%	16,1%	16,3%	108	382	392	210	249	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	12,1%	16,6%	16,8%	13,5%	18,4%	108	382	392	210	249	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,4 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,9%	18,7%	22,7%	23,1%	20,7%	108	382	392	210	249	6,0 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 2 horas	30,0%	24,7%	29,2%	23,9%	23,8%	108	382	392	210	249	6,8 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	20,0%	19,1%	9,6%	12,9%	14,3%	108	382	392	210	249	5,8 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	6,7%	4,5%	2,6%	6,8%	0,5%	108	382	392	210	249	3,5 p.p.	1,5 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	114,0	98,5	74,8	97,9	69,0	108	382	392	210	249	24,4	10,9	8,7	15,6	8,8
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	5,1%	6,9%	8,0%	8,5%	11,8%	108	382	392	210	249	3,7 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,1%	13,3%	11,7%	17,7%	22,7%	108	382	392	210	249	5,9 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	8,7%	16,8%	22,1%	18,8%	14,1%	108	382	392	210	249	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,9%	17,6%	19,1%	19,6%	13,8%	108	382	392	210	249	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,8 p.p.	3,2 p.p.
Entre 1 a 2 horas	21,2%	23,0%	22,3%	15,4%	23,3%	108	382	392	210	249	6,1 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,4 p.p.	3,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	17,8%	14,9%	13,4%	14,1%	10,6%	108	382	392	210	249	5,3 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	9,0%	7,6%	3,4%	5,9%	3,7%	108	382	392	210	249	4,5 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	113,6	103,2	80,1	88,2	73,3	108	382	392	210	249	28,6	12,3	10,4	15,7	11,1
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	5,1%	5,1%	8,0%	7,4%	8,3%	108	382	392	210	249	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	16,3%	9,5%	12,5%	14,3%	16,3%	108	382	392	210	249	5,2 p.p.	2,3 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	2,2%	16,3%	13,2%	15,8%	18,8%	108	382	392	210	249	3,8 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,7%	16,3%	20,9%	16,1%	17,8%	108	382	392	210	249	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	25,3%	23,6%	26,1%	26,2%	24,6%	108	382	392	210	249	6,6 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	4,0 p.p.	3,7 p.p.
Entre 2 a 5 horas	26,8%	22,7%	15,8%	11,5%	10,3%	108	382	392	210	249	6,3 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	8,6%	6,5%	3,4%	8,6%	3,8%	108	382	392	210	249	4,1 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	131,9	113,6	87,5	103,6	77,0	108	382	392	210	249	26,4	12,1	9,8	16,8	11,4

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros															
<u>Dias úteis das 7 às 19 horas:</u>															
Não acede	26,0%	23,0%	21,8%	19,6%	19,4%	59	291	301	183	214	7,8 p.p.	3,5 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	33,0%	37,9%	43,8%	46,7%	37,6%	59	291	301	183	214	8,7 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	26,6%	16,5%	15,7%	13,9%	20,9%	59	291	301	183	214	7,6 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	6,9%	9,8%	8,3%	8,4%	7,8%	59	291	301	183	214	4,2 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.	2,7 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	5,2%	9,6%	7,3%	9,1%	10,7%	59	291	301	183	214	4,0 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	1,6%	1,8%	2,4%	2,1%	2,5%	59	291	301	183	214	1,9 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,7%	1,3%	0,7%	0,2%	1,1%	59	291	301	183	214	1,9 p.p.	1,0 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	23,4	30,2	26,1	24,4	31,5	59	291	301	183	214	8,3	6,8	5,7	6,4	10,2
<u>Dias úteis das 19 às 7 horas:</u>															
Não acede	23,2%	17,7%	18,4%	19,7%	9,2%	59	291	301	183	214	7,7 p.p.	3,2 p.p.	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	35,9%	43,9%	44,4%	36,9%	51,9%	59	291	301	183	214	8,8 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.
Entre 15 a 30 min.	15,1%	15,8%	16,8%	19,5%	18,3%	59	291	301	183	214	6,2 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	4,3 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,2%	11,3%	8,7%	13,9%	14,0%	59	291	301	183	214	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	8,2%	4,8%	9,6%	8,5%	4,7%	59	291	301	183	214	4,4 p.p.	1,9 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	0,6%	5,4%	1,6%	1,3%	1,6%	59	291	301	183	214	2,2 p.p.	1,7 p.p.	0,8 p.p.	1,8 p.p.	1,0 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,7%	1,1%	0,4%	0,2%	0,3%	59	291	301	183	214	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	25,9	33,5	25,4	25,1	23,5	59	291	301	183	214	7,0	9,1	4,0	7,5	8,6
<u>Fins-de-semana das 7 às 19 horas:</u>															
Não acede	16,8%	26,5%	25,7%	32,3%	24,8%	59	291	301	183	214	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.	4,7 p.p.	4,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	39,4%	34,7%	38,6%	36,8%	32,5%	59	291	301	183	214	8,8 p.p.	4,2 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	4,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	23,4%	17,7%	18,8%	14,1%	16,8%	59	291	301	183	214	7,1 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	8,8%	8,9%	7,2%	10,5%	14,6%	59	291	301	183	214	4,6 p.p.	2,5 p.p.	2,2 p.p.	3,3 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	5,0%	5,9%	6,6%	5,3%	9,0%	59	291	301	183	214	3,8 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,8%	5,7%	2,1%	0,9%	2,1%	59	291	301	183	214	3,2 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,7%	0,6%	1,0%	0,3%	0,3%	59	291	301	183	214	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.
Média min.	32,8	31,3	26,1	17,5	26,7	59	291	301	183	214	9,3	9,4	5,3	5,8	6,5
<u>Fins-de-semana das 19 às 7 horas:</u>															
Não acede	26,7%	24,0%	27,1%	26,7%	18,1%	59	291	301	183	214	8,3 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,5 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	28,6%	34,2%	38,7%	34,2%	40,3%	59	291	301	183	214	8,1 p.p.	4,2 p.p.	3,9 p.p.	5,0 p.p.	4,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	20,2%	17,6%	13,5%	14,2%	21,3%	59	291	301	183	214	6,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,0%	12,8%	9,4%	19,6%	11,9%	59	291	301	183	214	5,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,9 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,8%	5,0%	8,2%	3,9%	6,4%	59	291	301	183	214	4,4 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,0%	5,7%	2,7%	1,2%	1,8%	59	291	301	183	214	4,2 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,7%	0,8%	0,4%	0,3%	0,3%	59	291	301	183	214	1,9 p.p.	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.
Média min.	34,2	32,8	25,7	22,0	24,3	59	291	301	183	214	14,3	10,3	4,8	7,1	6,2
Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico															
<u>Dias úteis das 7 às 19 horas:</u>															
Não acede	9,3%	7,1%	9,1%	6,2%	3,3%	102	410	416	217	247	3,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	27,6%	18,8%	18,9%	17,3%	17,7%	102	410	416	217	247	6,9 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	3,8 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	21,3%	20,1%	20,1%	20,7%	25,4%	102	410	416	217	247	6,3 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	23,1%	21,1%	22,2%	14,6%	23,6%	102	410	416	217	247	5,7 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.	3,5 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	9,0%	17,8%	17,9%	21,2%	17,0%	102	410	416	217	247	5,3 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,4%	11,0%	9,5%	14,0%	10,1%	102	410	416	217	247	3,5 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	4,1%	4,1%	2,3%	5,9%	2,9%	102	410	416	217	247	2,4 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.
Média min.	57,8	75,6	63,9	91,1	69,2	102	410	416	217	247	15,5	9,2	8,1	13,9	10,8
<u>Dias úteis das 19 às 7 horas:</u>															
Não acede	3,2%	5,6%	4,0%	4,5%	3,8%	102	410	416	217	247	3,1 p.p.	1,8 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	29,7%	15,8%	26,1%	9,1%	18,3%	102	410	416	217	247	6,6 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	3,3 p.p.	3,6 p.p.
Entre 15 a 30 min.	22,6%	19,4%	16,9%	21,4%	23,8%	102	410	416	217	247	6,5 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	10,9%	19,1%	23,9%	20,0%	22,0%	102	410	416	217	247	4,8 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 2 horas	18,2%	27,1%	19,2%	23,5%	16,7%	102	410	416	217	247	5,8 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,3%	10,6%	8,4%	17,1%	13,6%	102	410	416	217	247	4,8 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,2%	2,4%	1,6%	4,4%	1,9%	102	410	416	217	247	2,1 p.p.	1,2 p.p.	0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.
Média min.	71,1	73,2	59,5	94,0	69,9	102	410	416	217	247	17,1	8,6	7,1	14,6	9,9

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	11,8%	8,1%	8,2%	11,4%	11,7%	102	410	416	217	247	4,8 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	28,8%	19,1%	22,9%	20,5%	21,0%	102	410	416	217	247	6,8 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	18,0%	19,0%	21,3%	18,1%	22,4%	102	410	416	217	247	6,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	8,9%	20,1%	18,6%	15,3%	15,6%	102	410	416	217	247	4,5 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 2 horas	17,4%	21,0%	18,0%	20,4%	16,6%	102	410	416	217	247	5,6 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.	3,5 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	8,8%	11,0%	8,3%	8,8%	8,2%	102	410	416	217	247	4,0 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas	6,4%	1,8%	2,8%	5,5%	4,5%	102	410	416	217	247	2,9 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	76,9	66,0	62,7	77,4	69,1	102	410	416	217	247	19,8	8,7	9,7	14,3	13,5
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	7,2%	6,1%	8,1%	5,4%	6,6%	102	410	416	217	247	4,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	28,9%	14,7%	21,8%	12,2%	19,9%	102	410	416	217	247	6,6 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	11,7%	20,0%	20,2%	15,7%	23,6%	102	410	416	217	247	5,6 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,6%	19,2%	13,2%	17,8%	17,1%	102	410	416	217	247	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	17,9%	24,5%	26,1%	29,3%	16,0%	102	410	416	217	247	5,5 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.
Entre 2 a 5 horas	16,1%	12,2%	8,5%	11,7%	11,8%	102	410	416	217	247	5,3 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	6,6%	3,4%	2,1%	7,9%	5,0%	102	410	416	217	247	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	93,9	79,2	64,3	103,7	79,2	102	410	416	217	247	21,8	9,4	8,9	16,7	14,1
Serviços VoIP pagos e gratuitos															
SKYPE - pago	2,2%	5,5%	3,4%	3,8%	2,2%	49	192	218	128	136	2,3 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.
SKYPE - gratuito	96,8%	91,8%	94,3%	94,7%	96,3%	49	192	218	128	136	4,1 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
SKYPE - NS/NR	1,0%	2,7%	2,3%	1,5%	1,5%	49	192	218	128	136	3,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.
SKYPEOUT - pago												34,9 p.p.	26,7 p.p.	51,3 p.p.	13,3 p.p.
SKYPEOUT - gratuito											0,0 p.p.	36,6 p.p.	27,1 p.p.	40,1 p.p.	13,3 p.p.
SKYPEOUT - NS/NR												32,0 p.p.	17,8 p.p.	39,5 p.p.	
FACETIME - pago		7,4%	0,7%	4,1%	2,3%		26	38	15	24		7,2 p.p.	3,5 p.p.	7,0 p.p.	3,7 p.p.
FACETIME - gratuito	91,8%	86,6%	94,2%	71,6%	93,1%	7	26	38	15	24	16,0 p.p.	9,8 p.p.	6,3 p.p.	12,4 p.p.	6,6 p.p.
FACETIME - NS/NR	8,2%	6,1%	5,2%	24,3%	4,6%	7	26	38	15	24	16,0 p.p.	7,5 p.p.	5,3 p.p.	11,1 p.p.	5,6 p.p.
VIBER - pago		5,3%	1,1%	1,1%	2,1%		54	54	43	29		2,6 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.
VIBER - gratuito	93,5%	84,9%	96,6%	94,5%	96,4%	12	54	47	43	29	13,3 p.p.	4,6 p.p.	3,7 p.p.	5,8 p.p.	3,9 p.p.
VIBER - NS/NR	6,5%	9,8%	3,4%	4,4%	1,5%	12	54	47	43	29	13,1 p.p.	3,8 p.p.	2,9 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.
WHATSAPP - pago	13,2%		4,1%			5		11		11	6,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	5,0 p.p.	2,2 p.p.
WHATSAPP - gratuito	45,0%	100,0%	85,1%	95,9%	100,0%	5	14	16	11	7	14,6 p.p.	4,5 p.p.	5,1 p.p.	6,2 p.p.	4,9 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	41,8%		14,9%			5		16			13,6 p.p.	2,7 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	4,5 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - pago		4,6%	0,3%	3,6%	1,3%		180	168	114	88		1,0 p.p.	1,8 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	94,9%	93,9%	92,6%	90,4%	97,3%	34	180	168	114	88	5,1 p.p.	2,2 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	5,1%	1,5%	7,1%	6,0%	1,4%	34	180	168	114	88	5,0 p.p.	1,3 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.
HANGOUTS - pago		10,8%	0,6%		3,5%		38	45		21		6,4 p.p.	5,1 p.p.	1,1 p.p.	4,6 p.p.
HANGOUTS - gratuito	92,8%	75,9%	85,5%	91,0%	92,6%	9	38	45	32	21	14,0 p.p.	8,5 p.p.	7,3 p.p.	7,2 p.p.	8,4 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	7,2%	13,4%	13,9%	9,0%	3,9%	9	38	45	32	21	12,7 p.p.	7,3 p.p.	7,2 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.
WECHAT - pago		13,9%	1,6%	33,6%			11	11	6			19,2 p.p.	17,1 p.p.	7,9 p.p.	34,5 p.p.
WECHAT - gratuito	100,0%	50,9%	91,1%	27,8%	46,4%	3	11	11	6	5	19,2 p.p.	25,7 p.p.	12,6 p.p.	30,1 p.p.	26,3 p.p.
WECHAT - NS/NR		35,1%	7,3%	38,6%	53,6%		11	11	6	5		23,6 p.p.	10,2 p.p.	31,5 p.p.	26,3 p.p.
QQ - pago		24,1%					5					19,1 p.p.	31,9 p.p.	43,7 p.p.	
QQ - gratuito	100,0%	46,0%	96,6%	71,0%	54,1%	3	5	7	3	4	19,1 p.p.	36,7 p.p.	9,5 p.p.	43,2 p.p.	34,6 p.p.
QQ - NS/NR		29,9%	3,4%	29,0%	45,9%		5	7	3	4		34,5 p.p.	9,5 p.p.	29,5 p.p.	34,6 p.p.
LINE - pago		21,4%	2,5%		21,0%		7	10		5		19,1 p.p.	22,6 p.p.	6,1 p.p.	35,4 p.p.
LINE - gratuito	100,0%	51,9%	64,1%	82,4%	40,8%	3	7	10	5	5	19,1 p.p.	28,7 p.p.	21,6 p.p.	36,9 p.p.	27,2 p.p.
LINE - NS/NR		26,6%	33,4%	17,6%	38,2%		7	10	5	5		23,8 p.p.	21,3 p.p.	22,3 p.p.	24,8 p.p.
TANGO - pago												24,2 p.p.		51,5 p.p.	
TANGO - gratuito											0,0 p.p.	39,1 p.p.	0,0 p.p.	51,5 p.p.	35,3 p.p.
TANGO - NS/NR												33,3 p.p.			35,3 p.p.
OUTRO - pago	47,9%		45,6%	8,1%		2		10	4		42,8 p.p.	38,9 p.p.	26,2 p.p.	16,7 p.p.	25,8 p.p.
OUTRO - gratuito	52,1%	100,0%	54,4%	91,9%	100,0%	2	1	10	4	3	42,8 p.p.	38,9 p.p.	25,3 p.p.	16,7 p.p.	25,8 p.p.
OUTRO - NS/NR													18,1 p.p.		

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado															
Sim	2,0%	5,2%	6,0%	5,3%	10,6%	57	236	257	152	149	4,1 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.	2,5 p.p.	3,0 p.p.
Não	79,8%	75,4%	71,8%	61,8%	67,6%	57	236	257	152	149	8,0 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
NS/NR	18,2%	19,4%	22,2%	32,9%	21,9%	57	236	257	152	149	7,3 p.p.	3,6 p.p.	3,4 p.p.	4,8 p.p.	4,5 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado															
média	10,0	7,6	8,4	9,4	8,4	1	8	13	9	11	3,6	3,4	3,0	18,0	3,3
Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos															
WHATSAPP - pago		5,8%	2,4%	37,6%			17	20	10			3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,5 p.p.
WHATSAPP - gratuito	100,0%	94,2%	97,6%	62,4%	100,0%	4	17	20	10	12	11,2 p.p.	3,1 p.p.	4,0 p.p.	4,4 p.p.	3,6 p.p.
WHATSAPP - NS/NR											11,2 p.p.	0,6 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - pago	1,4%	3,0%	1,0%	3,6%	6,0%	86	319	293	162	186	1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	94,1%	92,6%	94,7%	93,6%	88,3%	86	319	293	162	186	3,9 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	4,5%	4,4%	4,3%	2,8%	5,7%	86	319	293	162	186	3,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.
SKYPE - pago		5,6%	1,1%	3,8%	3,2%		174	174	108	129		2,3 p.p.	1,7 p.p.	2,4 p.p.	2,8 p.p.
SKYPE - gratuito	98,8%	92,0%	95,7%	92,8%	96,8%	48	174	174	108	129	5,0 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.
SKYPE - NS/NR	1,2%	2,4%	3,2%	3,4%		48	174	174	108		5,0 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	1,0 p.p.
VIBER - pago				6,7%	0,9%				26	20			3,2 p.p.	5,5 p.p.	2,3 p.p.
VIBER - gratuito	70,0%	91,7%	91,9%	85,6%	96,4%	8	43	30	26	20	17,7 p.p.	4,0 p.p.	5,5 p.p.	7,3 p.p.	4,8 p.p.
VIBER - NS/NR	30,0%	8,3%	8,1%	7,8%	2,7%	8	43	30	26	20	17,7 p.p.	4,0 p.p.	4,6 p.p.	5,1 p.p.	4,2 p.p.
HANGOUTS - pago		4,3%	1,0%	2,8%			43	63	23			3,9 p.p.	1,2 p.p.	5,3 p.p.	3,0 p.p.
HANGOUTS - gratuito	100,0%	86,9%	96,2%	97,2%	100,0%	10	43	63	23	25	0,0 p.p.	5,9 p.p.	3,9 p.p.	5,3 p.p.	3,0 p.p.
HANGOUTS - NS/NR		8,8%	2,8%				43	63				4,7 p.p.	3,7 p.p.		
WECHAT - pago														48,7 p.p.	24,7 p.p.
WECHAT - gratuito	100,0%	62,8%	93,4%	100,0%	18,6%	2	2	4	1	2	0,0 p.p.	42,2 p.p.	18,3 p.p.	48,7 p.p.	42,3 p.p.
WECHAT - NS/NR		37,2%	6,6%		81,4%		2	4		2		42,2 p.p.	18,3 p.p.		43,7 p.p.
LINE - pago															
LINE - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%			1	3	2							
LINE - NS/NR															
QQ - pago															
QQ - gratuito	100,0%	100,0%		100,0%	100,0%	1	1		1	1					
QQ - NS/NR															
TANGO - pago															
TANGO - gratuito															
TANGO - NS/NR															
OUTRO - pago														54,3 p.p.	
OUTRO - gratuito	100,0%	84,9%	100,0%		100,0%	3	6	2		4	0,0 p.p.	13,5 p.p.	0,0 p.p.	54,3 p.p.	0,0 p.p.
OUTRO - NS/NR		15,1%					6						13,5 p.p.		
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
Sim	2,0%	4,4%	4,4%	5,7%	5,5%		333	323	181	209	2,6 p.p.	1,3 p.p.	1,6 p.p.	2,2 p.p.	2,3 p.p.
Não	79,6%	76,5%	72,9%	68,5%	71,1%	89	333	323	181	209	6,8 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
NS/NR	20,4%	21,5%	22,7%	25,8%	23,5%	89	333	323	181	209	6,5 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
média		4,0	4,9	5,7	4,5		9	10	9	10	5,5	2,8	1,1	17,4	1,7

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de audiovisual pagos e gratuitos															
YOUTUBE - pago		0,1%	0,9%	1,9%	0,3%		365	395	206	240		0,8 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
YOUTUBE - gratuito	95,2%	98,3%	97,1%	98,1%	97,1%	96	365	395	206	240	2,7 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	4,8%	1,5%	2,0%		2,6%	96	365	395		240	2,7 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.
SPOTIFY - pago	4,1%	1,6%	7,3%	10,6%	13,3%	19	74	95	49	74	7,7 p.p.	4,3 p.p.	4,4 p.p.	6,6 p.p.	4,8 p.p.
SPOTIFY - gratuito	95,9%	98,4%	92,7%	89,4%	85,6%	19	74	95	49	74	7,7 p.p.	4,3 p.p.	4,8 p.p.	6,7 p.p.	5,0 p.p.
SPOTIFY - NS/NR					1,1%					74		0,9 p.p.	2,2 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.
VINE - pago												4,2 p.p.		12,4 p.p.	
VINE - gratuito	100,0%	100,0%	92,4%	96,3%	97,3%	2	13	18	11	16	0,0 p.p.	5,5 p.p.	12,8 p.p.	14,5 p.p.	5,1 p.p.
VINE - NS/NR			7,6%	3,7%	2,7%			18	11	16		3,6 p.p.	12,8 p.p.	8,4 p.p.	5,1 p.p.
VIMEO - pago		0,9%	0,7%				60	65				1,5 p.p.	1,1 p.p.	5,1 p.p.	
VIMEO - gratuito	97,1%	96,6%	97,6%	91,5%	98,5%	15	60	65	41	52	6,3 p.p.	4,6 p.p.	3,8 p.p.	7,7 p.p.	2,5 p.p.
VIMEO - NS/NR	2,9%	2,5%	1,7%	8,5%	1,5%	15	60	65	41	52	6,3 p.p.	4,4 p.p.	3,7 p.p.	6,1 p.p.	2,5 p.p.
APPLE MUSIC - pago		10,0%	17,4%	13,6%	12,7%		10	20	11	22		9,8 p.p.	11,7 p.p.	19,7 p.p.	11,2 p.p.
APPLE MUSIC - gratuito	100,0%	75,6%	47,9%	86,4%	78,0%	2	10	20	11	22	0,0 p.p.	15,8 p.p.	17,0 p.p.	20,0 p.p.	15,6 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR		14,3%	34,8%		9,3%		10	20		22		13,7 p.p.	16,2 p.p.	9,0 p.p.	13,9 p.p.
MEO MUSICA - pago	19,4%	7,0%	23,6%	19,4%	42,2%	4	24	36	17	28	19,6 p.p.	6,3 p.p.	8,3 p.p.	12,6 p.p.	9,4 p.p.
MEO MUSICA - gratuito	68,4%	69,0%	68,1%	76,5%	54,4%	4	24	36	17	28	23,9 p.p.	11,2 p.p.	9,7 p.p.	12,9 p.p.	10,7 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR	12,2%	23,9%	8,4%	4,1%	3,4%	4	24	36	17	28	15,8 p.p.	10,0 p.p.	6,1 p.p.	5,0 p.p.	7,5 p.p.
RTP PLAY - pago			3,2%		1,2%			53		47			4,2 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.
RTP PLAY - gratuito	100,0%	89,1%	85,2%	92,5%	98,8%	8	56	53	29	47	0,0 p.p.	5,6 p.p.	7,0 p.p.	7,8 p.p.	1,6 p.p.
RTP PLAY - NS/NR		10,9%	11,6%	7,5%			56	53	29			5,6 p.p.	5,9 p.p.	7,6 p.p.	
MEO GO - pago		8,1%	6,8%	9,5%	41,4%		28	37	23	35	26,4 p.p.	6,7 p.p.	5,5 p.p.	11,3 p.p.	9,1 p.p.
MEO GO - gratuito	100,0%	76,3%	67,1%	77,9%	58,6%	4	28	37	23	35	26,4 p.p.	9,8 p.p.	9,5 p.p.	12,2 p.p.	9,9 p.p.
MEO GO - NS/NR		15,5%	26,1%	12,6%			28	37	23			7,8 p.p.	8,3 p.p.	6,5 p.p.	6,0 p.p.
TVI PLAYER - pago					2,7%					23			3,6 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.
TVI PLAYER - gratuito	100,0%	94,9%	88,9%	97,6%	91,0%	11	39	40	15	23	0,0 p.p.	6,0 p.p.	7,2 p.p.	8,7 p.p.	5,0 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR		5,1%	11,1%	2,4%	6,3%		39	40	15	23		6,0 p.p.	6,4 p.p.	8,4 p.p.	4,2 p.p.
SOUNDCLOUD - pago		8,6%	6,7%				27	31			6,6 p.p.	6,5 p.p.	5,6 p.p.	6,0 p.p.	
SOUNDCLOUD - gratuito	100,0%	81,1%	90,1%	95,2%	90,6%	7	27	31	21	24	18,8 p.p.	10,3 p.p.	7,5 p.p.	9,9 p.p.	9,8 p.p.
SOUNDCLOUD - NS/NR		10,2%	3,2%	4,8%	9,4%		27	31	21	24	17,9 p.p.	8,6 p.p.	5,2 p.p.	6,2 p.p.	9,8 p.p.
METACAFE - pago														35,9 p.p.	
METACAFE - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	83,5%	100,0%	1	9	7	6	3	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	37,0 p.p.	35,5 p.p.
METACAFE - NS/NR				16,5%					6					22,4 p.p.	35,5 p.p.
TIDAL - pago					100,0%					1					
TIDAL - gratuito		100,0%					1								
TIDAL - NS/NR				100,0%					1						
RHAPSODY - pago															
RHAPSODY - gratuito			18,4%		100,0%			2		1					
RHAPSODY - NS/NR		100,0%	81,6%	100,0%			1	2	1						
OUTRO - pago		18,2%	16,5%	34,1%	15,9%		7	9	10	5		12,4 p.p.	17,9 p.p.	22,7 p.p.	18,3 p.p.
OUTRO - gratuito	100,0%	81,8%	83,5%	65,9%	84,1%	4	7	9	10	5	0,0 p.p.	12,4 p.p.	17,9 p.p.	22,7 p.p.	18,3 p.p.
OUTRO - NS/NR															
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado															
Sim	1,0%	6,4%	11,1%	5,1%	8,9%	95	360	385	204	234	2,8 p.p.	2,0 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.
Não	80,6%	73,5%	67,7%	69,8%	64,6%	95	360	385	204	234	6,6 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
NS/NR	18,5%	20,1%	21,3%	25,1%	26,4%	95	360	385	204	234	6,2 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado															
média	7,0	6,6	8,1	8,0	5,3	1	12	27	11	11	2,5	1,3	2,2	12,4	2,0

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Redes sociais pagas e gratuitas															
FACEBOOK - pago	1,4%	1,4%	0,6%	1,4%	3,5%	106	374	382	204	235	1,5 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.
FACEBOOK - gratuito	95,6%	97,7%	97,3%	98,0%	94,0%	106	374	382	204	235	2,6 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.
FACEBOOK - NS/NR	3,0%	1,0%	2,2%	0,6%	2,5%	106	374	382	204	235	2,2 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,2 p.p.
INSTAGRAM - pago		1,2%		1,2%	5,7%		90		56	62		1,8 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.	3,0 p.p.
INSTAGRAM - gratuito	100,0%	95,7%	99,5%	98,8%	89,8%	23	90	89	56	62	0,0 p.p.	2,4 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.	5,2 p.p.
INSTAGRAM - NS/NR		3,1%	0,5%		4,5%		90	89		62		1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	4,4 p.p.
LINKEDIN - pago		0,7%		0,9%	4,5%		110		86	104		1,5 p.p.		1,1 p.p.	3,4 p.p.
LINKEDIN - gratuito	100,0%	96,6%	99,5%	94,0%	91,6%	25	110	115	86	104	7,0 p.p.	3,1 p.p.	1,1 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.
LINKEDIN - NS/NR		2,7%	0,5%	5,1%	3,9%		110	115	86	104	7,0 p.p.	2,7 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
GOOGLE PLUS - pago	11,3%	3,4%			3,9%	13	71			56	10,3 p.p.	2,8 p.p.	1,3 p.p.		3,3 p.p.
GOOGLE PLUS - gratuito	75,0%	92,9%	93,4%	97,3%	92,6%	13	71	72	39	56	16,7 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	3,9 p.p.	7,4 p.p.
GOOGLE PLUS - NS/NR	13,8%	3,8%	6,6%	2,7%	3,5%	13	71	72	39	56	14,1 p.p.	4,8 p.p.	3,6 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.
TWITTER - pago					4,2%					48		1,5 p.p.	1,0 p.p.		4,5 p.p.
TWITTER - gratuito	94,4%	97,6%	96,7%	96,5%	92,4%	20	72	57	36	48	6,9 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	5,9 p.p.
TWITTER - NS/NR	5,6%	2,4%	3,3%	3,5%	3,5%	20	72	57	36	48	6,9 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.	4,1 p.p.
PINTEREST - pago		1,0%		2,3%	2,6%		52		34	44		3,7 p.p.	1,1 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.
PINTEREST - gratuito	100,0%	91,7%	100,0%	97,7%	97,4%	9	52	53	34	44	0,0 p.p.	5,8 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	5,1 p.p.
PINTEREST - NS/NR		7,3%					52					4,6 p.p.	2,5 p.p.		3,8 p.p.
MYSAPCE - pago															7,9 p.p.
MYSAPCE - gratuito	100,0%	89,3%	100,0%	100,0%	100,0%	1	7	5	7	8	0,0 p.p.	15,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	10,5 p.p.
MYSAPCE - NS/NR		10,7%					7					15,2 p.p.			7,1 p.p.
FLIRCK - pago					13,4%					6					15,7 p.p.
FLIRCK - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	86,6%	3	10	6	5	6	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	18,2 p.p.
FLIRCK - NS/NR															10,2 p.p.
TUMBLR - pago												2,8 p.p.	5,1 p.p.		3,0 p.p.
TUMBLR - gratuito	100,0%	92,6%	100,0%	100,0%	100,0%	9	26	25	13	25	0,0 p.p.	7,4 p.p.	6,0 p.p.	0,0 p.p.	4,0 p.p.
TUMBLR - NS/NR		7,4%					26					6,9 p.p.	3,3 p.p.		2,7 p.p.
OUTRO - pago															51,3 p.p.
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	1	6	3	2	1	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	51,3 p.p.
OUTRO - NS/NR															
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada															
Sim	2,0%	3,9%	2,7%	3,7%	12,0%	104	370	382	207	238	3,6 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	2,5 p.p.
Não	75,6%	75,4%	73,8%	71,3%	71,3%	104	370	382	207	238	6,9 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.
NS/NR	22,4%	20,7%	23,6%	25,0%	16,8%	104	370	382	207	238	6,4 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,4 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada															
média	5,0	5,8	5,6	5,2	14,5	2	12	13	10	17	0,8	1,3	10,3	1,2	6,9

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos															
DROPBOX - pago	1,8%	0,9%	2,4%	0,5%	0,4%	29	186	197	114	154	2,3 p.p.	0,9 p.p.	1,7 p.p.	1,2 p.p.	0,7 p.p.
DROPBOX - gratuito	90,7%	96,0%	97,5%	97,5%	99,0%	29	186	197	114	154	7,4 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.
DROPBOX - NS/NR	7,5%	3,1%	0,1%	2,0%	0,6%	29	186	197	114	154	7,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.
GOOGLE DRIVE - pago	4,1%	0,7%	2,7%	0,4%	0,3%	33	155	183	103	128	3,8 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.
GOOGLE DRIVE - gratuito	89,2%	94,7%	92,5%	91,2%	99,5%	33	155	183	103	128	8,9 p.p.	2,6 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.	1,6 p.p.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	6,7%	4,6%	4,8%	8,4%	0,1%	33	155	183	103	128	8,3 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	1,4 p.p.
ONEDRIVE - pago		1,3%	6,1%		3,5%		70	76		49		2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.
ONEDRIVE - gratuito	93,7%	94,5%	91,8%	91,8%	96,3%	16	70	76	53	49	11,7 p.p.	4,1 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.
ONEDRIVE - NS/NR	6,3%	4,3%	2,1%	8,2%	0,2%	16	70	76	53	49	11,7 p.p.	3,4 p.p.	2,2 p.p.	4,1 p.p.	2,7 p.p.
ICLOUD - pago		1,6%	5,5%		6,0%		32	40		36		2,7 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.	5,2 p.p.
ICLOUD - gratuito	100,0%	95,4%	94,5%	89,5%	85,7%	4	32	40	18	36	9,9 p.p.	4,1 p.p.	5,8 p.p.	8,7 p.p.	6,6 p.p.
ICLOUD - NS/NR		3,1%		10,5%	8,4%		32		18	36	9,9 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	7,8 p.p.	4,4 p.p.
MEO CLOUD - pago		0,9%	9,5%		4,8%		33	41		38		2,0 p.p.	5,3 p.p.	3,6 p.p.	4,9 p.p.
MEO CLOUD - gratuito	100,0%	94,0%	85,9%	100,0%	93,2%	7	33	41	24	38	0,0 p.p.	5,3 p.p.	6,7 p.p.	3,6 p.p.	5,3 p.p.
MEO CLOUD - NS/NR		5,1%	4,6%		2,0%		33	41		38		5,0 p.p.	4,5 p.p.		2,2 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - pago	55,3%					5					34,9 p.p.				
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	21,2%	84,7%	100,0%	100,0%	100,0%	5	28	14	6	15	37,0 p.p.	10,2 p.p.	4,4 p.p.	0,0 p.p.	5,2 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	23,5%	15,3%				5	28				25,8 p.p.	10,2 p.p.	4,4 p.p.		5,2 p.p.
OFFICE 365 - pago	18,9%	20,6%	8,1%	19,4%	36,3%	8	39	40	14	41	16,1 p.p.	8,7 p.p.	5,9 p.p.	11,5 p.p.	11,9 p.p.
OFFICE 365 - gratuito	81,1%	71,9%	84,4%	65,2%	63,7%	8	39	40	14	41	16,1 p.p.	10,0 p.p.	7,1 p.p.	14,4 p.p.	12,1 p.p.
OFFICE 365 - NS/NR		7,6%	7,5%	15,3%			39	40	14			5,7 p.p.	4,3 p.p.	10,6 p.p.	4,4 p.p.
TEAM VIEWER - pago		2,0%	4,8%		2,5%		32	42		28		2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.
TEAM VIEWER - gratuito	84,8%	96,3%	93,8%	100,0%	97,5%	3	32	42	20	28	24,2 p.p.	3,8 p.p.	4,9 p.p.	4,5 p.p.	3,3 p.p.
TEAM VIEWER - NS/NR	15,2%	1,7%	1,4%			3	32	42			24,2 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	
SALESFORCE - pago															
SALESFORCE - gratuito		100,0%			81,7%		2			3					
SALESFORCE - NS/NR					18,3%					3					
OUTRO - pago			37,4%	11,5%	10,2%			5	6	6			22,0 p.p.	14,9 p.p.	15,4 p.p.
OUTRO - gratuito	47,1%	100,0%	62,6%	88,5%	89,8%	2	9	5	6	6	43,7 p.p.	0,0 p.p.	22,0 p.p.	14,9 p.p.	15,4 p.p.
OUTRO - NS/NR	52,9%					2					43,7 p.p.				
Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Sim	1,1%	7,2%	8,1%	13,4%	10,0%	51	275	286	176	203	3,2 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.
Não	71,5%	71,1%	65,0%	59,7%	61,4%	51	275	286	176	203	8,5 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
NS/NR	27,4%	21,7%	26,9%	26,9%	28,6%	51	275	286	176	203	8,2 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
média	10,0	6,4	6,4	7,8	6,7	1	13	19	18	21	2,3	1,6	1,8	15,4	3,1

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito															
WHATSAPP - tráfego de dados gratuito		50,0%		46,2%	40,0%		4		2	2	20,3 p.p.	8,0 p.p.	7,4 p.p.	9,4 p.p.	8,2 p.p.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito		50,0%	22,7%	53,8%	60,0%		4	2	2	2	22,8 p.p.	8,9 p.p.	7,9 p.p.	10,5 p.p.	9,1 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	100,0%		77,3%			1		2			16,7 p.p.	6,4 p.p.	5,0 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados gratuito	22,9%	34,0%	36,7%	46,4%	23,9%	14	50	67	31	27	12,7 p.p.	5,5 p.p.	5,4 p.p.	7,6 p.p.	7,1 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	52,8%	48,4%	44,2%	23,2%	41,7%	14	50	67	31	27	13,8 p.p.	6,4 p.p.	5,8 p.p.	7,8 p.p.	7,2 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	24,3%	17,6%	19,1%	30,4%	34,5%	14	50	67	31	27	10,3 p.p.	5,1 p.p.	4,1 p.p.	6,6 p.p.	6,1 p.p.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	28,0%	40,3%	35,5%	45,8%	38,7%	7	33	34	25	22	20,0 p.p.	8,7 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	9,8 p.p.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	50,0%	40,4%	50,5%	29,8%	47,3%	7	33	34	25	22	22,4 p.p.	9,6 p.p.	8,2 p.p.	11,0 p.p.	9,6 p.p.
SKYPE - NS/NR	22,0%	19,3%	13,9%	24,4%	14,0%	7	33	34	25	22	20,1 p.p.	7,3 p.p.	5,7 p.p.	7,5 p.p.	7,6 p.p.
VIBER - tráfego de dados gratuito		40,5%	43,8%	12,2%			14	8	4			12,1 p.p.	11,0 p.p.	13,2 p.p.	14,0 p.p.
VIBER - tráfego de dados não gratuito		47,8%	56,2%	29,6%	68,9%		14	8	4	6	35,0 p.p.	13,4 p.p.	12,4 p.p.	16,9 p.p.	15,9 p.p.
VIBER - NS/NR	100,0%	11,6%		58,2%	31,1%	1	14		4	6	35,0 p.p.	9,7 p.p.	9,1 p.p.	14,7 p.p.	11,9 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito		47,7%	14,8%	67,3%	17,1%		9	13	4	4	42,9 p.p.	14,5 p.p.	10,2 p.p.	17,0 p.p.	11,9 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito	44,5%	12,4%	85,2%	27,0%	82,9%	3	9	13	4	4	46,1 p.p.	15,8 p.p.	11,4 p.p.	17,2 p.p.	16,0 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	55,5%	39,9%		5,8%		3	9		4		48,2 p.p.	14,0 p.p.	7,4 p.p.	6,9 p.p.	13,2 p.p.
WECHAT - tráfego de dados gratuito			87,8%					2							
WECHAT - tráfego de dados não gratuito			12,2%	100,0%				2	1						
WECHAT - NS/NR	100,0%						1								
LINE - tráfego de dados gratuito															
LINE - tráfego de dados não gratuito			100,0%					2							
LINE - NS/NR	100,0%						2								
QQ - tráfego de dados gratuito															
QQ - tráfego de dados não gratuito				100,0%					1						
QQ - NS/NR	100,0%						1								
TANGO - tráfego de dados gratuito															
TANGO - tráfego de dados não gratuito															
TANGO - NS/NR															
OUTRO - tráfego de dados gratuito		100,0%					3					36,4 p.p.			15,9 p.p.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito					100,0%					3		28,1 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	22,1 p.p.
OUTRO - NS/NR												36,5 p.p.			16,3 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito															
YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de dados	29,6%	36,7%	40,7%	45,2%	40,3%	14	54	81	37	39	9,8 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.	6,3 p.p.	5,8 p.p.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuito	51,2%	52,7%	45,6%	29,3%	38,6%	14	54	81	37	39	12,6 p.p.	6,1 p.p.	5,2 p.p.	7,2 p.p.	6,6 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	19,2%	10,6%	13,6%	25,5%	21,1%	14	54	81	37	39	9,5 p.p.	4,5 p.p.	3,5 p.p.	5,6 p.p.	4,8 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de dados		78,7%	36,8%	31,4%	49,0%		11	23	12	10	26,7 p.p.	11,6 p.p.	8,9 p.p.	9,9 p.p.	9,8 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	100,0%	21,3%	47,1%	47,0%	37,5%	1	11	23	12	10	28,3 p.p.	11,7 p.p.	9,5 p.p.	12,6 p.p.	10,6 p.p.
SPOTIFY - NS/NR			16,1%	21,6%	13,4%			23	12	10	15,2 p.p.	2,9 p.p.	4,9 p.p.	9,8 p.p.	5,5 p.p.
VINE - tráfego de dados tráfego de dados		20,4%		65,2%			3		3			15,5 p.p.		29,3 p.p.	20,3 p.p.
VINE - tráfego de dados não gratuito		79,6%		17,1%	84,4%		3		3		0,0 p.p.	28,1 p.p.	13,1 p.p.	29,5 p.p.	22,0 p.p.
VINE - NS/NR			16,1%	17,8%	15,6%			4	3	3		26,3 p.p.	13,1 p.p.	11,9 p.p.	10,5 p.p.
VIMEO - tráfego de dados tráfego de dados		15,7%	23,8%	27,9%	24,1%		10	14	13	9	22,2 p.p.	8,9 p.p.	10,1 p.p.	15,6 p.p.	12,7 p.p.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	77,0%	45,3%	50,0%	59,8%	1	10	14	13	9	22,2 p.p.	15,2 p.p.	12,6 p.p.	18,5 p.p.	15,0 p.p.
VIMEO - NS/NR		7,3%	30,9%	22,1%	16,1%		10	14	13	9		13,6 p.p.	9,1 p.p.	16,5 p.p.	10,8 p.p.
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego de dados		75,6%	89,4%	22,7%	20,3%		2	6	4	5		28,3 p.p.	23,8 p.p.	27,6 p.p.	20,6 p.p.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gratuito		24,4%	6,5%	51,3%	79,7%		2	6	4	5		29,4 p.p.	13,2 p.p.	25,6 p.p.	22,5 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR			4,1%	26,0%				6	4			13,0 p.p.	22,2 p.p.	29,2 p.p.	21,8 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego de dados		100,0%	86,0%		73,9%		8	11		7	42,0 p.p.	16,5 p.p.	12,5 p.p.	17,9 p.p.	14,6 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gratuito			14,0%	37,6%	14,3%			11	5	7	40,0 p.p.	15,9 p.p.	11,7 p.p.	16,7 p.p.	13,6 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR	100,0%			62,4%	11,8%	1			5	7	21,0 p.p.	6,4 p.p.	5,4 p.p.	14,0 p.p.	9,7 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de dados		46,6%	46,2%		50,4%		15	12		6		15,7 p.p.	13,4 p.p.	18,4 p.p.	13,3 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuito		50,5%	26,1%	87,0%	21,5%		15	12	5	6	0,0 p.p.	15,8 p.p.	15,2 p.p.	20,6 p.p.	17,9 p.p.
RTP PLAY - NS/NR		2,8%	27,7%	13,0%	28,0%		15	12	5	6		4,2 p.p.	11,5 p.p.	15,2 p.p.	16,8 p.p.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de dados		50,9%	10,1%	74,6%	25,6%		6	9	5	8		19,9 p.p.	16,0 p.p.	18,4 p.p.	13,7 p.p.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito		49,1%	89,9%	16,8%	48,3%		6	9	5	8	41,4 p.p.	19,8 p.p.	16,3 p.p.	17,0 p.p.	12,5 p.p.
MEO GO - NS/NR	100,0%			8,5%	26,1%	1			5	8	41,4 p.p.	7,4 p.p.	7,6 p.p.	10,5 p.p.	10,5 p.p.
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de dados		46,6%	51,1%	46,1%	47,5%		10	14	5	6	21,3 p.p.	16,9 p.p.	14,0 p.p.	23,0 p.p.	15,3 p.p.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratuito	100,0%	52,2%	18,3%	41,3%	28,8%	1	10	14	5	6	21,3 p.p.	18,9 p.p.	15,0 p.p.	20,3 p.p.	18,4 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR		1,2%	30,6%	12,6%	23,7%		10	14	5	6		12,6 p.p.	14,1 p.p.	18,0 p.p.	17,4 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego de dados		43,6%	39,7%				7	7			45,5 p.p.	15,8 p.p.	16,9 p.p.	15,3 p.p.	20,8 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gratuito		56,4%	51,8%	84,7%	100,0%		7	7	4	2	45,5 p.p.	20,1 p.p.	20,7 p.p.	21,3 p.p.	21,9 p.p.
SOUNDCLOUD - NS/NR			8,5%	15,3%				7	4			17,1 p.p.	17,5 p.p.	17,7 p.p.	12,1 p.p.
METACAFE - tráfego de dados tráfego de dados															
METACAFE - tráfego de dados não gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	80,5%		1	1	2	5						
METACAFE - NS/NR				19,5%					5						
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dados															
TIDAL - tráfego de dados não gratuito		100,0%						1							
TIDAL - NS/NR				100,0%					1						
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de dados		100,0%						1							
RHAPSODY - tráfego de dados não gratuito			100,0%						1						
RHAPSODY - NS/NR				100,0%											
OUTRO - tráfego de dados tráfego de dados				100,0%					3				32,6 p.p.	20,4 p.p.	
OUTRO - tráfego de dados não gratuito					100,0%					1	0,0 p.p.	0,0 p.p.	17,0 p.p.	32,6 p.p.	26,0 p.p.
OUTRO - NS/NR													17,0 p.p.	17,8 p.p.	

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Redes sociais de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito															
FACEBOOK - tráfego de dados gratuito	61,6%	42,7%	34,6%	52,9%	27,4%	12	55	69	35	38	14,9 p.p.	5,3 p.p.	5,3 p.p.	7,0 p.p.	6,5 p.p.
FACEBOOK - tráfego de dados não gratui	22,5%	43,2%	54,3%	39,8%	48,0%	12	55	69	35	38	15,3 p.p.	6,1 p.p.	5,6 p.p.	7,4 p.p.	6,9 p.p.
FACEBOOK - NS/NR	15,9%	14,1%	11,0%	7,3%	24,7%	12	55	69	35	38	13,9 p.p.	4,4 p.p.	2,8 p.p.	4,6 p.p.	4,7 p.p.
INSTAGRAM - tráfego de dados gratuito	66,9%	54,8%	37,6%	29,7%	63,5%	3	15	20	12	7	26,9 p.p.	7,6 p.p.	8,3 p.p.	10,8 p.p.	10,4 p.p.
INSTAGRAM - tráfego de dados não grat	33,1%	45,2%	59,7%	66,1%	28,2%	3	15	20	12	7	26,9 p.p.	8,4 p.p.	8,3 p.p.	11,2 p.p.	10,9 p.p.
INSTAGRAM - NS/NR			2,7%	4,2%	8,3%			20	12	7		5,0 p.p.	2,0 p.p.	4,7 p.p.	8,5 p.p.
LINKEDIN - tráfego de dados gratuito	79,3%	41,6%	27,4%	22,2%	44,1%	2	18	22	15	15	33,6 p.p.	11,0 p.p.	9,5 p.p.	10,9 p.p.	11,7 p.p.
LINKEDIN - tráfego de dados não gratui	20,7%	26,3%	57,5%	64,5%	52,2%	2	18	22	15	15	34,3 p.p.	12,7 p.p.	10,2 p.p.	12,6 p.p.	12,5 p.p.
LINKEDIN - NS/NR			32,0%	15,1%	13,2%			18	22	15		14,6 p.p.	11,4 p.p.	5,6 p.p.	8,6 p.p.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados gratuit	33,4%	57,0%	47,3%	63,3%	49,7%	2	20	12	9	10	51,5 p.p.	13,4 p.p.	12,8 p.p.	16,7 p.p.	14,0 p.p.
GOOGLE PLUS - tráfego de dados não gr	66,6%	26,6%	31,6%	17,1%	50,3%	2	20	12	9	10	51,5 p.p.	14,0 p.p.	13,8 p.p.	14,8 p.p.	14,4 p.p.
GOOGLE PLUS - NS/NR		16,3%	21,1%	19,6%			20	12	9			10,4 p.p.	7,7 p.p.	15,4 p.p.	10,2 p.p.
TWITTER - tráfego de dados gratuito		52,2%	28,8%	47,2%	65,1%		16	9	8	9	31,7 p.p.	14,0 p.p.	12,0 p.p.	17,7 p.p.	16,8 p.p.
TWITTER - tráfego de dados não gratuitc	73,7%	29,3%	28,0%	20,5%	29,3%	3	16	9	8	9	34,6 p.p.	14,4 p.p.	13,3 p.p.	18,9 p.p.	16,8 p.p.
TWITTER - NS/NR	26,3%	18,4%	43,2%	32,3%	5,6%	3	16	9	8	9	26,4 p.p.	9,0 p.p.	8,6 p.p.	14,5 p.p.	7,9 p.p.
PINTEREST - tráfego de dados gratuito	95,0%	66,5%	53,6%	38,7%		2	11	7		7	56,3 p.p.	14,0 p.p.	13,8 p.p.	21,7 p.p.	12,8 p.p.
PINTEREST - tráfego de dados não gratui		33,5%	46,4%	77,3%	53,2%		11	7	4	7	55,9 p.p.	15,2 p.p.	14,8 p.p.	23,4 p.p.	15,2 p.p.
PINTEREST - NS/NR	5,0%			22,7%	8,1%	2			4	7	18,9 p.p.	8,9 p.p.	8,4 p.p.	15,5 p.p.	11,0 p.p.
MYSPLACE - tráfego de dados gratuito		66,3%	100,0%	52,9%			2	1	4			43,8 p.p.	31,1 p.p.	36,3 p.p.	28,6 p.p.
MYSPLACE - tráfego de dados não gratuit				31,5%					4			43,2 p.p.	31,1 p.p.	37,0 p.p.	28,6 p.p.
MYSPLACE - NS/NR		33,7%		15,6%			2		4			27,2 p.p.		23,9 p.p.	
FLIRCK - tráfego de dados gratuito		100,0%					1								
FLIRCK - tráfego de dados não gratuito															
FLIRCK - NS/NR				100,0%					2						
TUMBLR - tráfego de dados gratuito		21,0%			44,9%		2			2	0,0 p.p.	18,3 p.p.	16,4 p.p.		23,4 p.p.
TUMBLR - tráfego de dados não gratuito		79,0%	100,0%	18,7%			2	2	3			19,5 p.p.	17,7 p.p.	29,3 p.p.	25,2 p.p.
TUMBLR - NS/NR				81,3%	55,1%				3	2		8,1 p.p.	7,7 p.p.	29,3 p.p.	14,7 p.p.
OUTRO - tráfego de dados gratuito		100,0%					1								
OUTRO - tráfego de dados não gratuito															
OUTRO - NS/NR				100,0%					1						

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito															
DROPBOX - tráfego de dados tráfego de	65,0%	23,2%	22,2%	16,4%	29,3%	4	30	34	21	26	17,2 p.p.	6,9 p.p.	5,9 p.p.	9,2 p.p.	7,6 p.p.
DROPBOX - tráfego de dados não gratuit	16,3%	66,1%	58,0%	64,6%	37,6%	4	30	34	21	26	18,8 p.p.	8,4 p.p.	6,9 p.p.	10,6 p.p.	8,8 p.p.
DROPBOX - NS/NR	18,7%	10,7%	19,7%	19,0%	33,1%	4	30	34	21	26	15,8 p.p.	6,6 p.p.	4,9 p.p.	9,0 p.p.	7,1 p.p.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfeg	27,6%	32,2%	25,8%	7,3%	30,1%	4	22	31	18	20	14,8 p.p.	8,3 p.p.	6,4 p.p.	8,9 p.p.	8,6 p.p.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não g	20,2%	64,7%	57,9%	73,7%	51,4%	4	22	31	18	20	20,0 p.p.	9,1 p.p.	7,6 p.p.	10,9 p.p.	9,5 p.p.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	52,2%	3,2%	16,3%	19,0%	18,5%	4	22	31	18	20	18,4 p.p.	5,5 p.p.	5,5 p.p.	8,1 p.p.	7,4 p.p.
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de		31,2%	5,1%	37,2%	24,5%		12	13	10	11	24,7 p.p.	12,9 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	12,5 p.p.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratui		41,7%	78,5%	55,4%	35,2%		12	13	10	11	24,1 p.p.	14,0 p.p.	11,0 p.p.	12,5 p.p.	14,6 p.p.
ONEDRIVE - NS/NR	100,0%	27,1%	16,4%	7,4%	40,3%	1	12	13	10	11	22,3 p.p.	10,1 p.p.	7,7 p.p.	8,2 p.p.	12,6 p.p.
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de da		72,9%	51,1%	12,3%	18,6%		7	7	5	7		15,8 p.p.	14,7 p.p.	12,3 p.p.	9,4 p.p.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito		23,2%	45,2%	43,9%	38,5%		7	7	5	7	56,5 p.p.	16,1 p.p.	15,2 p.p.	17,9 p.p.	14,1 p.p.
ICLOUD - NS/NR		3,9%	3,7%	43,8%	42,9%		7	7	5	7	56,5 p.p.	9,3 p.p.	11,7 p.p.	17,3 p.p.	13,8 p.p.
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego (100,0%	49,8%	74,5%	11,8%	31,5%	2	4	8	5	8	31,4 p.p.	15,6 p.p.	14,1 p.p.	20,0 p.p.	14,6 p.p.
MEO CLOUD - tráfego de dados não grat		26,9%	11,2%	88,2%	20,6%		4	8	5	8	32,5 p.p.	17,7 p.p.	13,7 p.p.	20,4 p.p.	15,3 p.p.
MEO CLOUD - NS/NR		23,3%	14,3%		47,8%		4	8		8	25,3 p.p.	11,0 p.p.	10,8 p.p.	9,3 p.p.	14,3 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados												16,4 p.p.	10,0 p.p.	29,3 p.p.	29,6 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados		17,3%	78,6%		100,0%		2	5		2	61,4 p.p.	24,5 p.p.	12,2 p.p.	29,3 p.p.	31,2 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	100,0%	82,7%	21,4%			1	2	5			61,4 p.p.	23,2 p.p.	7,5 p.p.		16,2 p.p.
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego d	100,0%	41,6%	9,8%	30,2%	27,5%	1	12	8	4	7	40,3 p.p.	16,7 p.p.	12,1 p.p.	15,2 p.p.	20,2 p.p.
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratu		20,5%	45,5%		14,8%		12	8		7	40,3 p.p.	18,1 p.p.	15,4 p.p.	20,7 p.p.	21,2 p.p.
OFFICE 365 - NS/NR		37,9%	44,7%	69,8%	57,8%		12	8	4	7		15,8 p.p.	13,8 p.p.	18,0 p.p.	18,1 p.p.
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfeg		27,6%	26,8%		27,3%		4	10		6		15,8 p.p.	13,6 p.p.		19,7 p.p.
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gr		12,9%	31,5%	85,7%	16,6%		4	10	3	6	41,6 p.p.	19,9 p.p.	17,0 p.p.	22,7 p.p.	21,4 p.p.
TEAM VIEWER - NS/NR	100,0%	59,5%	41,6%	14,3%	56,2%	1	4	10	3	6	41,6 p.p.	17,4 p.p.	14,8 p.p.	22,7 p.p.	17,4 p.p.
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego (100,0%					1					
SALESFORCE - tráfego de dados não grat															
SALESFORCE - NS/NR															
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da															
OUTRO - tráfego de dados não gratuito			100,0%					1							
OUTRO - NS/NR	100,0%	100,0%				1	1								

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

MEO	7,1	7,7	7,7	7,3	7,3	51	262	273	149	175	0,5	0,2	0,2	0,3	0,3
NOS	7,9	7,3	7,9	7,8	7,7	61	220	255	149	167	0,5	0,2	0,2	0,3	0,2
Vodafone	8,7	8,1	8,7	8,2	8,4	33	139	115	55	64	0,5	0,3	0,2	0,4	0,3
Cabovisão	7,7	6,5	7,9	7,2	7,1	17	32	31	18	25	1,2	0,9	0,5	1,2	0,8
Outro		7,3	6,0	9,0	8,0		3	1	1	1					

Satisfação com o operador de Internet móvel

MEO	6,4	7,5	7,4	7,8	7,3	14	50	64	26	33	1,0	0,3	0,3	0,3	0,5
NOS	8,3	7,7	8,0	7,9	7,7	6	38	39	26	25	1,0	0,4	0,4	0,4	0,3
Vodafone	7,8	5,9	7,7	8,1	7,7	3	20	30	19	13	0,9	0,5	0,3	0,3	0,5
Moche				5,8					3		1,0	2,2	2,8	2,4	0,0
Yorn				9,0					1		0,8	1,2	1,0	1,5	1,6
Lycamobile					5,0					1					
Continente Mobile	6,0					1									
UZO				10,0					1						
Phone-ix															
Outro	3,0	8,8	7,3			1	2	2			1,4	1,1	3,0	1,9	1,1

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa															
Adequação dos tarifários	43,9%	42,5%	47,0%	44,9%	52,6%	53	220	273	132	132	10,0 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	33,1%	35,1%	38,3%	42,0%	31,1%	53	220	273	132	132	9,2 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.	5,8 p.p.	4,9 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	53,9%	39,8%	48,1%	48,1%	56,5%	53	220	273	132	132	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Atendimento	50,3%	38,5%	39,0%	37,7%	48,6%	53	220	273	132	132	9,9 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.	5,6 p.p.	5,4 p.p.
Clareza e transparência da informação fr	25,7%	25,2%	29,4%	26,7%	27,8%	53	220	273	132	132	8,7 p.p.	4,0 p.p.	3,7 p.p.	5,3 p.p.	4,7 p.p.
Cobertura e velocidade	71,9%	70,6%	73,9%	75,2%	71,3%	53	220	273	132	132	8,7 p.p.	4,4 p.p.	3,7 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
Credibilidade	31,6%	28,1%	33,3%	34,4%	37,5%	53	220	273	132	132	8,3 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,5 p.p.	5,4 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	39,3%	35,5%	35,2%	39,6%	43,4%	53	220	273	132	132	9,8 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.	5,7 p.p.	5,3 p.p.
É uma empresa inovadora	23,8%	16,0%	21,2%	12,6%	22,3%	53	220	273	132	132	8,3 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	4,2 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	30,1%	21,4%	28,2%	26,2%	35,9%	53	220	273	132	132	9,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	5,3 p.p.	5,0 p.p.
Preços	63,0%	52,3%	52,0%	47,2%	54,8%	53	220	273	132	132	9,7 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Proximidade aos clientes	19,4%	14,4%	20,5%	9,2%	22,6%	53	220	273	132	132	7,4 p.p.	3,2 p.p.	3,4 p.p.	3,6 p.p.	4,0 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	50,7%	40,6%	43,5%	50,1%	54,7%	53	220	273	132	132	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,6 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Relação qualidade/preço	54,3%	44,5%	37,6%	62,0%	49,5%	53	220	273	132	132	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Outros			0,7%	0,1%				273	132			0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,3 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR			0,7%					273			2,0 p.p.	0,2 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.
Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa															
Preços/ Mensalidade/ Promoções	82,6%	52,4%	51,9%	44,2%	69,4%	21	97	69	46	55	12,9 p.p.	7,4 p.p.	8,1 p.p.	10,5 p.p.	9,1 p.p.
Credibilidade do operador	9,1%	11,0%	24,7%	8,3%	10,7%	21	97	69	46	55	10,9 p.p.	4,7 p.p.	6,7 p.p.	6,4 p.p.	6,4 p.p.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	61,1%	60,0%	58,5%	69,5%	67,7%	21	97	69	46	55	13,0 p.p.	7,2 p.p.	8,3 p.p.	9,4 p.p.	8,7 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	23,6%	26,3%	40,0%	29,9%	49,0%	21	97	69	46	55	12,8 p.p.	6,9 p.p.	8,2 p.p.	10,1 p.p.	9,3 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	57,0%	52,3%	52,8%	55,1%	42,2%	21	97	69	46	55	13,8 p.p.	7,4 p.p.	8,2 p.p.	10,4 p.p.	9,3 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid	48,5%	36,4%	42,4%	21,9%	38,8%	21	97	69	46	55	13,9 p.p.	7,0 p.p.	8,1 p.p.	9,8 p.p.	9,1 p.p.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	25,7%	13,7%	28,2%	20,6%	27,1%	21	97	69	46	55	11,6 p.p.	5,5 p.p.	7,1 p.p.	8,0 p.p.	8,3 p.p.
Alternativas na concorrência	39,6%	20,6%	19,4%	22,1%	30,7%	21	97	69	46	55	13,2 p.p.	5,6 p.p.	6,9 p.p.	8,6 p.p.	8,6 p.p.
Preço de chamdas de apoio ao cliente	39,8%	23,8%	36,3%	22,6%	40,4%	21	97	69	46	55	13,4 p.p.	6,2 p.p.	7,9 p.p.	9,5 p.p.	8,6 p.p.
Relação qualidade/preço	28,3%	23,0%	21,5%	19,0%	32,6%	21	97	69	46	55	13,2 p.p.	6,8 p.p.	7,2 p.p.	8,9 p.p.	8,4 p.p.
Outros				1,0%					46			0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.	
NS/NR		0,2%	0,7%		0,7%		97	69		55		1,1 p.p.	1,0 p.p.		2,7 p.p.
Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel															
Adequação dos tarifários	81,4%	77,1%	69,0%	44,9%	65,7%	8	22	47	24	25	15,9 p.p.	7,8 p.p.	6,7 p.p.	9,0 p.p.	7,7 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	35,9%	36,7%	39,2%	61,9%	37,5%	8	22	47	24	25	16,1 p.p.	8,0 p.p.	6,9 p.p.	9,2 p.p.	7,7 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	21,5%	46,0%	37,6%	42,6%	58,5%	8	22	47	24	25	11,9 p.p.	8,1 p.p.	6,7 p.p.	9,0 p.p.	7,7 p.p.
Atendimento	48,2%	28,8%	51,2%	23,2%	54,5%	8	22	47	24	25	12,2 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.	8,8 p.p.	8,1 p.p.
Clareza e transparência da informação fr	40,8%	17,1%	33,9%	47,5%	37,1%	8	22	47	24	25	15,1 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	8,7 p.p.	7,0 p.p.
Cobertura e velocidade	83,2%	75,0%	56,6%	56,4%	49,9%	8	22	47	24	25	16,4 p.p.	7,6 p.p.	5,9 p.p.	8,5 p.p.	7,2 p.p.
Credibilidade	49,4%	19,3%	41,5%	36,1%	43,5%	8	22	47	24	25	15,7 p.p.	7,3 p.p.	6,8 p.p.	8,5 p.p.	8,0 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	47,6%	44,5%	43,9%	32,6%	28,4%	8	22	47	24	25	16,6 p.p.	8,2 p.p.	6,8 p.p.	8,9 p.p.	7,5 p.p.
É uma empresa inovadora	21,5%	27,2%	29,2%	30,8%	10,9%	8	22	47	24	25	12,4 p.p.	7,0 p.p.	5,9 p.p.	7,9 p.p.	6,1 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	49,4%	46,9%	45,4%	17,0%	24,2%	8	22	47	24	25	15,7 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	8,4 p.p.	7,3 p.p.
Preços	83,8%	34,8%	74,9%	54,5%	52,9%	8	22	47	24	25	14,2 p.p.	8,2 p.p.	6,8 p.p.	9,1 p.p.	8,1 p.p.
Proximidade aos clientes	40,8%	24,3%	37,8%	31,3%	32,0%	8	22	47	24	25	13,4 p.p.	6,6 p.p.	5,6 p.p.	7,6 p.p.	6,3 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	57,4%	57,0%	42,0%	46,5%	36,6%	8	22	47	24	25	17,0 p.p.	8,3 p.p.	6,8 p.p.	9,1 p.p.	7,9 p.p.
Relação qualidade/preço	47,8%	68,0%	34,7%	52,9%	43,1%	8	22	47	24	25	17,5 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.	9,0 p.p.	8,0 p.p.
Outros												1,6 p.p.			1,0 p.p.
NS/NR			4,8%					47			2,8 p.p.		1,7 p.p.		

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel															
Preços/ Mensalidade/ Promoções	45,2%	68,5%	82,1%	69,8%	75,8%	6	20	15	6	11	23,1 p.p.	11,1 p.p.	10,4 p.p.	14,2 p.p.	14,4 p.p.
Credibilidade do operador	27,4%	13,7%	14,5%			6	20	15			15,6 p.p.	8,8 p.p.	7,4 p.p.	8,2 p.p.	10,0 p.p.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	52,5%	49,2%	41,7%	46,7%	31,2%	6	20	15	6	11	23,7 p.p.	11,1 p.p.	11,0 p.p.	15,8 p.p.	14,4 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re		11,5%	6,2%	15,3%	23,9%		20	15	6	11	10,4 p.p.	8,9 p.p.	8,1 p.p.	13,7 p.p.	13,9 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	31,8%	74,1%	62,7%	18,8%	64,1%	6	20	15	6	11	23,1 p.p.	11,6 p.p.	11,2 p.p.	15,9 p.p.	14,6 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid		33,0%	46,4%		65,1%		20	15		11		11,2 p.p.	10,6 p.p.	15,2 p.p.	13,8 p.p.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	37,3%	18,7%	16,1%	14,4%	26,8%	6	20	15	6	11	18,4 p.p.	10,3 p.p.	8,4 p.p.	12,8 p.p.	13,3 p.p.
Alternativas na concorrência		6,8%	21,0%	13,5%	29,0%		20	15	6	11	10,0 p.p.	9,9 p.p.	8,6 p.p.	12,4 p.p.	12,0 p.p.
Preço de chamadas de apoio ao cliente		25,1%	22,6%		25,0%		20	15		11	18,9 p.p.	10,1 p.p.	10,3 p.p.	10,3 p.p.	14,3 p.p.
Relação qualidade/preço		22,2%	46,0%	13,5%	12,3%		20	15	6	11	13,7 p.p.	11,1 p.p.	10,0 p.p.	14,3 p.p.	12,9 p.p.
Outros			10,1%					15				2,3 p.p.	3,9 p.p.	7,5 p.p.	
NS/NR		3,4%					20					2,2 p.p.	3,2 p.p.		5,8 p.p.
Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado															
<u>Voz:</u>															
1 - 5	14,0%	8,6%	6,0%	4,5%	8,2%	51	205	222	137	130	6,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.
6 - 8	57,0%	62,3%	54,4%	56,4%	61,7%	51	205	222	137	130	9,1 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.	5,5 p.p.	5,2 p.p.
9 - 10	29,0%	29,0%	39,7%	39,1%	30,1%	51	205	222	137	130	8,0 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.	5,2 p.p.	4,7 p.p.
média	7,5	7,6	8,0	8,0	7,7	53	206	228	138	134	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
<u>Vídeo:</u>															
1 - 5	14,5%	6,4%	6,3%	0,8%	7,0%	49	189	208	119	126	7,3 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.
6 - 8	72,1%	66,0%	62,0%	62,9%	65,9%	49	189	208	119	126	10,0 p.p.	5,0 p.p.	4,7 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
9 - 10	13,5%	27,7%	31,7%	36,3%	27,2%	49	189	208	119	126	8,1 p.p.	4,8 p.p.	4,5 p.p.	5,7 p.p.	4,9 p.p.
média	7,2	7,6	7,9	7,9	7,5	49	193	209	119	126	0,5	0,2	0,2	0,2	0,3
Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
1 - 5	4,8%	5,6%	3,4%	0,7%	1,0%	96	357	337	189	221	2,6 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,3 p.p.
6 - 8	51,2%	43,5%	44,5%	37,2%	55,8%	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	44,0%	50,7%	52,1%	62,1%	41,8%	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
média	8,2	8,2	8,4	8,6	8,0	96	357	337	189	221	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado															
1 - 5	7,8%	3,8%	2,4%	2,9%	1,4%	100	375	403	210	247	3,6 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
6 - 8	46,6%	52,5%	44,9%	43,1%	51,4%	100	375	403	210	247	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	42,2%	43,6%	52,1%	53,9%	47,2%	100	375	403	210	247	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
média	8,1	8,2	8,4	8,4	8,3	100	375	403	210	247	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2
Satisfação com a rde social mais utilizada															
1 - 5	3,0%	4,8%	4,3%	5,0%	5,7%	108	382	392	210	249	4,0 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.
6 - 8	62,2%	56,3%	54,4%	57,6%	56,2%	108	382	392	210	249	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	34,7%	38,5%	41,4%	37,4%	37,9%	108	382	392	210	249	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
média	8,1	7,9	8,0	7,9	7,8	108	382	392	210	249	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2
Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
1 - 5	0,8%	5,2%	1,5%	1,8%	4,5%	59	291	301	183	214	2,2 p.p.	1,9 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.
6 - 8	43,7%	51,0%	42,2%	50,1%	55,3%	59	291	301	183	214	8,9 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
9 - 10	43,1%	43,1%	56,3%	47,5%	40,0%	59	291	301	183	214	9,0 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
média	8,4	8,2	8,5	8,4	8,1	59	291	301	183	214	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2
Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado															
1 - 5	5,7%	0,2%	1,5%	0,8%	0,6%	102	410	416	217	247	2,8 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.
6 - 8	33,7%	32,1%	29,5%	26,9%	35,9%	102	410	416	217	247	7,0 p.p.	3,4 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	60,6%	67,7%	69,0%	72,3%	63,4%	102	410	416	217	247	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
média	8,5	8,9	8,9	8,9	8,7	102	410	416	217	247	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado															
<u>Voz:</u>															
Quebras de ligação	70,1%	41,1%	48,7%	67,0%	78,9%	11	20	14	8	8	19,1 p.p.	15,8 p.p.	17,0 p.p.	21,8 p.p.	19,6 p.p.
Qualidade do serviço		5,4%	6,9%	23,0%	9,8%			20	14	8	6,7 p.p.	10,2 p.p.	10,1 p.p.	14,1 p.p.	14,8 p.p.
Delay na transmissão de dados		2,4%	4,5%		6,0%			20	14	8	8,6 p.p.	4,6 p.p.	9,9 p.p.		7,8 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação	14,5%		3,4%			11		14			13,7 p.p.		5,8 p.p.		4,3 p.p.
Outros motivos		20,2%	18,8%	9,9%	5,3%		20	14	8	8		12,1 p.p.	11,0 p.p.	18,8 p.p.	6,2 p.p.
NS/NR	24,3%	30,9%	21,1%			11	20	14			17,1 p.p.	14,7 p.p.	13,2 p.p.	9,2 p.p.	14,2 p.p.
<u>Vídeo:</u>															
Quebras de ligação	65,1%	51,7%	64,1%	100,0%	12,0%	8	13	14	2	9	26,9 p.p.	20,0 p.p.	18,5 p.p.	23,3 p.p.	18,4 p.p.
Qualidade do serviço	38,3%	41,0%	6,1%	46,9%	39,4%	8	13	14	2	9	27,0 p.p.	19,3 p.p.	13,8 p.p.	17,3 p.p.	20,2 p.p.
Delay na transmissão de dados			8,4%		42,7%			14		9			11,9 p.p.		16,1 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação	6,2%					8					12,7 p.p.				4,9 p.p.
Outros motivos	1,9%		1,1%		5,6%	8		14		9	10,6 p.p.		4,9 p.p.	21,9 p.p.	6,4 p.p.
NS/NR	25,1%	11,9%	21,6%		12,3%	8	13	14		9	23,4 p.p.	17,1 p.p.	15,6 p.p.	9,5 p.p.	16,5 p.p.
Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
Quebras de ligação	17,1%	35,3%	16,7%	34,8%	49,9%	6	16	11	3	4	30,1 p.p.	18,4 p.p.	21,0 p.p.	25,3 p.p.	25,0 p.p.
Qualidade do serviço		4,0%						16				6,5 p.p.	11,9 p.p.		9,3 p.p.
Delay na transmissão de dados	32,7%	0,7%			28,9%	6	16			4	37,5 p.p.	4,9 p.p.	6,5 p.p.	19,3 p.p.	17,3 p.p.
Poucas funcionalidades		4,1%	12,4%					16	11			6,6 p.p.	11,8 p.p.		15,5 p.p.
Tamanho/ peso da aplicação												4,5 p.p.	11,8 p.p.	15,2 p.p.	
Outros motivos	50,3%	25,1%	3,9%	65,2%	21,2%	6	16	11	3	4	40,0 p.p.	16,2 p.p.	6,8 p.p.	30,1 p.p.	25,7 p.p.
NS/NR		31,5%	67,0%					16	11			17,2 p.p.	23,0 p.p.		21,8 p.p.
Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado															
Quebras de ligação		33,7%	17,6%	41,1%	32,0%		19	16	4	6		18,2 p.p.	16,0 p.p.	24,5 p.p.	18,1 p.p.
Qualidade do serviço	7,1%	15,7%	4,5%		19,9%	6	19	16		6	17,7 p.p.	11,9 p.p.	13,6 p.p.	10,1 p.p.	11,3 p.p.
Excesso de publicidade/ anúncios	56,6%	36,1%	8,5%	29,4%	36,9%	6	19	16	4	6	37,0 p.p.	15,6 p.p.	13,7 p.p.	19,9 p.p.	21,1 p.p.
Pouco espaço de armazenamento		6,5%						19				7,4 p.p.			
Tamanho/ peso da aplicação													4,0 p.p.	6,0 p.p.	
Outros motivos			4,3%	29,4%					16	4	26,3 p.p.	4,8 p.p.	5,5 p.p.	14,7 p.p.	18,4 p.p.
NS/NR	36,3%	19,2%	68,3%		48,1%	6	19	16		6	34,2 p.p.	12,8 p.p.	18,5 p.p.	18,1 p.p.	24,3 p.p.
Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada															
Quebras de ligação	3,4%	2,4%	17,4%	69,2%	7,5%	8	19	22	12	17	5,3 p.p.	9,2 p.p.	10,1 p.p.	20,1 p.p.	8,8 p.p.
Qualidade do serviço		1,5%			6,3%			19		17	17,9 p.p.	6,4 p.p.	7,2 p.p.	12,2 p.p.	6,0 p.p.
Excesso de publicidade/ anúncios	4,1%	25,2%	4,9%	3,2%	12,0%	8	19	22	12	17	5,7 p.p.	12,3 p.p.	8,1 p.p.	5,4 p.p.	9,7 p.p.
Política de privacidade	43,9%	19,0%	7,9%	18,2%	26,9%	8	19	22	12	17	27,2 p.p.	11,2 p.p.	14,3 p.p.	17,2 p.p.	14,4 p.p.
Utilização do serviço por parte de outros	17,1%	29,4%	5,3%	7,4%	15,0%	8	19	22	12	17	11,5 p.p.	12,6 p.p.	6,1 p.p.	8,1 p.p.	14,3 p.p.
Outros motivos		8,0%	15,8%					19	22			8,5 p.p.	10,3 p.p.	5,4 p.p.	3,9 p.p.
NS/NR	31,4%	38,0%	48,6%	5,0%	54,9%	8	19	22	12	17	25,1 p.p.	15,4 p.p.	13,6 p.p.	19,9 p.p.	16,1 p.p.
Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Quebras de ligação		20,3%	9,1%		23,6%		13	7		8		15,9 p.p.	19,0 p.p.	22,3 p.p.	21,5 p.p.
Qualidade do serviço		3,3%	10,9%		4,6%			13	7	8		8,2 p.p.	13,8 p.p.		9,4 p.p.
Política de privacidade		17,2%						13				15,1 p.p.			7,0 p.p.
Capacidade de armazenamento			10,9%		65,5%				7	8			20,8 p.p.		23,2 p.p.
Outros motivos		18,1%	66,2%	33,2%	5,1%		13	7	3	8		17,4 p.p.	26,9 p.p.	39,4 p.p.	13,1 p.p.
NS/NR	100,0%	44,4%	2,8%	66,8%	5,8%	2	13	7	3	8	0,0 p.p.	20,7 p.p.	11,1 p.p.	41,8 p.p.	19,7 p.p.
Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado															
Quebras de ligação			25,5%		75,7%				4	2			37,3 p.p.	34,0 p.p.	38,7 p.p.
Qualidade do serviço/ Qualidade dos res	47,9%			100,0%		5			2		43,8 p.p.	22,0 p.p.		35,7 p.p.	
Política de privacidade												30,4 p.p.		18,3 p.p.	28,6 p.p.
Excesso de publicidade/ anúncios															
Outros motivos			8,0%						4			25,3 p.p.	23,0 p.p.		26,7 p.p.
NS/NR	52,1%	100,0%	66,5%		24,3%	5	1	4		2	43,8 p.p.	31,5 p.p.	40,6 p.p.		38,1 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro					
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	
Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado																
<u>Voz e pago:</u>																
1 - 5		28,9%		35,9%			11		5		36,4 p.p.	17,2 p.p.	14,2 p.p.	26,5 p.p.		
6 - 8	100,0%	33,3%	64,9%	31,6%	100,0%	2	11	5	5	4	36,4 p.p.	18,5 p.p.	26,0 p.p.	32,4 p.p.	27,5 p.p.	
9 - 10		37,8%	35,1%	32,5%			11	5	5			18,4 p.p.	24,3 p.p.	31,2 p.p.	27,5 p.p.	
média	8,0	6,3	8,2	6,8	6,5	2,0	12,0	5,0	6,0	4,0	1,2	1,1	1,0	1,6	1,3	
<u>Vídeo e pago:</u>																
1 - 5		34,2%		48,9%	25,7%		10		6	3	62,3 p.p.	20,1 p.p.	17,5 p.p.	26,1 p.p.	18,2 p.p.	
6 - 8	100,0%	42,4%	81,7%	34,3%	74,3%	1	10	4	6	3	62,3 p.p.	23,1 p.p.	36,9 p.p.	29,3 p.p.	34,1 p.p.	
9 - 10		23,4%	18,3%	16,8%			10	4	6			16,8 p.p.	36,3 p.p.	26,9 p.p.	32,7 p.p.	
média	8,0	6,7	8,2	6,3	5,9	1,0	11,0	4,0	7,0	4,0	2,4	1,0	1,1	1,5	1,8	
<u>Voz e gratuito:</u>																
1 - 5	7,7%	10,3%	6,3%	3,6%	7,6%	47	178	205	120	120	5,8 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	
6 - 8	58,8%	54,8%	46,4%	62,3%	50,3%	47	178	205	120	120	9,9 p.p.	5,0 p.p.	4,7 p.p.	5,6 p.p.	5,6 p.p.	
9 - 10	33,5%	34,9%	47,3%	34,1%	42,2%	47	178	205	120	120	9,3 p.p.	4,8 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.	5,4 p.p.	
média	8,1	7,7	8,1	8,0	7,9	48,0	189,0	215,0	127,0	127,0	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	
<u>Vídeo e gratuito:</u>																
1 - 5	15,5%	8,1%	4,4%	4,7%	8,9%	45	170	191	104	118	8,4 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.	
6 - 8	51,7%	58,6%	51,1%	52,6%	56,3%	45	170	191	104	118	11,6 p.p.	5,3 p.p.	5,2 p.p.	6,5 p.p.	5,9 p.p.	
9 - 10	32,8%	33,3%	44,5%	42,7%	34,8%	45	170	191	104	118	10,9 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.	6,4 p.p.	5,6 p.p.	
média	7,7	7,7	8,2	8,1	7,7	46,0	179,0	197,0	110,0	119,0	0,6	0,2	0,2	0,2	0,3	
Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																
<u>Pago:</u>																
1 - 5		74,1%		60,3%			11						20,2 p.p.	7,2 p.p.		
6 - 8	100,0%	18,6%	18,2%	60,3%	73,0%	2	11	5	5	7	0,0 p.p.	20,1 p.p.	23,0 p.p.	32,7 p.p.	23,9 p.p.	
9 - 10		7,3%	81,8%	39,7%	27,0%		11	5	5	7		14,9 p.p.	23,4 p.p.	32,7 p.p.	23,9 p.p.	
média	8,0	5,4	9,5	8,4	7,7	2,0	11,0	5,0	5,0	7,0	0,0	1,0	0,8	0,7	0,6	
<u>Gratuito:</u>																
1 - 5	2,8%	3,0%	1,5%	1,3%	0,8%	87	331	323	180	208	2,4 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	
6 - 8	53,3%	40,8%	35,0%	36,6%	53,4%	87	331	323	180	208	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.	
9 - 10	43,9%	56,2%	63,5%	62,1%	45,8%	87	331	323	180	208	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.	
média	8,4	8,5	8,7	8,7	8,3	89,0	333,0	323,0	181,0	209,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	
Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado																
<u>Pago:</u>																
1 - 5															16,0 p.p.	
6 - 8			64,0%	43,2%	81,6%			10	5	10			23,7 p.p.	19,5 p.p.	32,0 p.p.	20,7 p.p.
9 - 10		100,0%	36,0%	56,8%	18,4%			4	10	10			23,7 p.p.	19,5 p.p.	32,0 p.p.	15,7 p.p.
média		9,2	8,5	8,2	7,5			4,0	10,0	10,0	0,0	0,7	0,5	0,6	0,7	
<u>Gratuito:</u>																
1 - 5	1,0%	2,3%	3,7%	2,2%	0,8%	94	359	382	204	234	1,9 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	
6 - 8	40,5%	52,5%	40,9%	43,7%	46,7%	94	359	382	204	234	7,6 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.	
9 - 10	58,5%	45,2%	55,5%	54,1%	52,5%	94	359	382	204	234	7,6 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.	
média	8,6	8,3	8,5	8,4	8,4	95,0	360,0	385,0	204,0	234,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2	
Qualidade apercebida da rede social mais utilizada																
<u>Pago:</u>																
1 - 5	100,0%	14,9%	58,8%		9,1%	1	6	3		6	0,0 p.p.	19,7 p.p.	28,7 p.p.		12,0 p.p.	
6 - 8		77,9%	20,6%	100,0%	90,9%		6	3	2	6			21,4 p.p.	32,0 p.p.	0,0 p.p.	15,3 p.p.
9 - 10		7,1%	20,6%				6	3					10,7 p.p.	18,2 p.p.		10,0 p.p.
média	1,0	6,4	5,1	6,8	7,2	1,0	6,0	3,0	2,0	6,0	0,0	0,8	1,5	0,2	0,5	
<u>Gratuito:</u>																
1 - 5	2,0%	3,6%	2,1%	2,2%	3,5%	104	370	382	207	238	1,8 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,7 p.p.	
6 - 8	54,6%	43,4%	46,0%	50,0%	49,0%	104	370	382	207	238	7,7 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.	
9 - 10	43,4%	53,0%	51,9%	47,8%	47,5%	104	370	382	207	238	7,7 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.	
média	8,4	8,4	8,5	8,3	8,2	104,0	370,0	382,0	207,0	238,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2	

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Pago:															
1 - 5	59,0%	28,1%		12,0%	16,9%	2	9		6	8	68,2 p.p.	22,2 p.p.		14,6 p.p.	13,8 p.p.
6 - 8		10,8%	15,5%	69,1%	74,8%		9	8	6	8		20,9 p.p.	22,4 p.p.	23,6 p.p.	19,1 p.p.
9 - 10	41,0%	61,1%	84,5%	18,9%	8,2%	2	9	8	6	8	68,2 p.p.	25,9 p.p.	22,4 p.p.	20,5 p.p.	14,8 p.p.
média	4,3	7,9	8,9	7,5	6,9	2,0	9,0	8,0	6,0	9,0	7,6	1,6	0,5	0,8	0,7
Gratuito:															
1 - 5	2,0%	1,9%	0,4%	1,3%	0,3%	49	275	286	173	202	2,7 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.
6 - 8	55,4%	50,9%	43,0%	42,2%	51,4%	49	275	286	173	202	9,7 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.
9 - 10	42,6%	47,3%	56,6%	56,5%	48,3%	49	275	286	173	202	9,7 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.
média	8,3	8,4	8,6	8,6	8,4	51,0	275,0	286,0	176,0	203,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado															
Sim	58,3%	53,0%	44,9%	39,7%	57,2%	63	255	272	164	157	8,5 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Não	41,7%	47,0%	55,1%	60,3%	42,8%	63	255	272	164	157	8,5 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	24,2%	27,0%	26,3%	17,7%	19,4%	37	142	135	75	84	9,9 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.	4,6 p.p.	5,7 p.p.
Operador de Internet	16,9%	42,3%	34,9%	46,6%	28,5%	37	142	135	75	84	9,6 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.	7,1 p.p.	6,5 p.p.
Operador de Internet e serviço	58,9%	28,7%	35,8%	34,8%	50,7%	37	142	135	75	84	11,4 p.p.	5,6 p.p.	5,6 p.p.	7,0 p.p.	7,1 p.p.
Dispositivo utilizado		0,1%	0,1%		0,8%		142	135		84	1,6 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Outros		1,5%	2,8%	0,9%	0,6%		142	135	75	84		1,3 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR		0,3%	0,1%				142	135				0,5 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
Sim	43,6%	33,2%	35,6%	34,5%	40,6%	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Não	56,4%	66,8%	64,4%	65,5%	59,4%	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	21,9%	20,3%	21,7%	21,6%	34,8%	41	118	113	64	81	10,2 p.p.	4,7 p.p.	4,9 p.p.	5,8 p.p.	6,4 p.p.
Operador de Internet	14,6%	31,0%	44,0%	48,7%	34,3%	41	118	113	64	81	9,5 p.p.	6,0 p.p.	6,0 p.p.	7,7 p.p.	7,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	63,5%	46,4%	29,6%	28,7%	30,9%	41	118	113	64	81	11,4 p.p.	6,3 p.p.	5,8 p.p.	7,7 p.p.	7,1 p.p.
Dispositivo utilizado		0,4%		0,9%			118		64		1,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	1,6 p.p.
Outros		1,8%	4,7%				118	113			1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.	
NS/NR															0,7 p.p.
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado															
Sim	46,9%	41,7%	45,4%	43,8%	39,0%	100	375	403	210	247	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Não	53,1%	58,3%	54,6%	56,2%	61,0%	100	375	403	210	247	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	11,3%	11,5%	19,4%	7,6%	17,2%	45	171	197	99	103	6,7 p.p.	3,1 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Operador de Internet	48,1%	46,7%	43,0%	49,3%	62,1%	45	171	197	99	103	10,6 p.p.	5,2 p.p.	5,0 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	38,6%	40,3%	36,3%	41,4%	19,6%	45	171	197	99	103	10,1 p.p.	5,1 p.p.	4,8 p.p.	6,1 p.p.	5,8 p.p.
Dispositivo utilizado	1,9%	0,3%	1,3%	1,3%	1,0%	45	171	197	99	103	2,2 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.
Outros		1,3%		0,5%			171		99			0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	
NS/NR													0,9 p.p.		0,5 p.p.
Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada															
Sim	41,0%	42,0%	44,6%	42,1%	42,4%	108	382	392	210	249	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
Não	59,0%	58,0%	55,4%	57,9%	57,6%	108	382	392	210	249	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	18,6%	20,2%	17,0%	20,2%	20,7%	46	168	186	93	105	8,5 p.p.	4,3 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,6 p.p.
Operador de Internet	32,4%	41,4%	39,7%	35,3%	41,2%	46	168	186	93	105	10,1 p.p.	5,3 p.p.	4,9 p.p.	6,4 p.p.	6,1 p.p.
Operador de Internet e serviço	49,1%	37,5%	42,9%	43,8%	36,3%	46	168	186	93	105	10,1 p.p.	5,3 p.p.	4,9 p.p.	6,3 p.p.	6,2 p.p.
Dispositivo utilizado		0,5%		0,7%	0,6%		168		93	105	1,3 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.
Outros		0,3%	0,1%				168	186				0,5 p.p.	0,4 p.p.		1,1 p.p.
NS/NR			0,3%		1,3%			186		105			0,4 p.p.		0,9 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Sim	18,2%	19,0%	16,1%	12,5%	13,6%	59	291	301	183	214	7,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Não	81,8%	81,0%	83,9%	87,5%	86,4%	59	291	301	183	214	7,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	7,5%	17,5%	36,0%	12,2%	40,6%	15	65	49	28	38	10,0 p.p.	6,3 p.p.	8,2 p.p.	7,1 p.p.	7,9 p.p.
Operador de Internet	65,8%	50,0%	46,2%	31,9%	27,2%	15	65	49	28	38	16,3 p.p.	9,4 p.p.	9,0 p.p.	12,1 p.p.	9,8 p.p.
Operador de Internet e serviço	26,8%	32,5%	17,0%	55,9%	32,2%	15	65	49	28	38	15,6 p.p.	8,7 p.p.	8,6 p.p.	12,7 p.p.	10,1 p.p.
Dispositivo utilizado											3,4 p.p.			2,6 p.p.	
Outros														2,1 p.p.	
NS/NR			0,9%					49					1,2 p.p.		
Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado															
Sim	27,7%	30,0%	30,5%	34,1%	36,0%	102	410	416	217	247	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
Não	72,3%	70,0%	69,5%	65,9%	64,0%	102	410	416	217	247	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	9,6%	7,3%	9,4%	6,7%	6,7%	32	122	145	71	82	6,9 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Operador de Internet	30,7%	56,9%	57,3%	60,6%	56,7%	32	122	145	71	82	12,6 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.	7,5 p.p.	7,2 p.p.
Operador de Internet e serviço	59,7%	35,1%	31,0%	31,7%	32,9%	32	122	145	71	82	12,5 p.p.	6,2 p.p.	5,6 p.p.	7,1 p.p.	6,9 p.p.
Dispositivo utilizado		0,4%	0,4%	1,0%	3,7%		122	145	71	82	2,7 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,6 p.p.
Outros		0,4%	1,9%				122	145				0,6 p.p.	1,4 p.p.	1,8 p.p.	
NS/NR															

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	29.100.552	98.604.411	87.694.073	54.355.943	43.916.056	63	255	272	164	157	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	266195	1075045	1160996	675740	556996	63	255	272	164	157	1)	1)	1)	1)	1)
Média	109,3	91,7	75,5	80,4	78,8	63	255	272	164	157	36,2	16,4	12,5	13,5	18,6

Consumo Presente:

Min.	28.221.234	89.338.497	84.608.983	49.801.152	38.353.704	63	255	272	164	157	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	266360	1075563	1161315	676052	557304	63	255	272	164	157	1)	1)	1)	1)	1)
Média	106,0	83,1	72,9	73,7	68,8	63	255	272	164	157	37,5	14,6	10,7	12,3	16,7

Consumo Futuro:

Min.	28.846.352	96.187.359	89.530.785	53.814.970	39.572.830	63	255	272	164	157	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	266525	1076081	1161634	676363	557611	63	255	272	164	157	1)	1)	1)	1)	1)
Média	108,2	89,4	77,1	79,6	71,0	63	255	272	164	157	39,6	16,5	11,6	14,9	17,3

Evolução Passado-Presente

	-3%	-9%	-4%	-8%	-13%						1)	1)	1)	1)	1)
--	-----	-----	-----	-----	------	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----

Evolução Presente-Futuro

	2%	8%	6%	8%	3%						1)	1)	1)	1)	1)
--	----	----	----	----	----	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	76.123.727	167.787.521	143.697.896	62.177.316	76.997.267	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	412856	1408294	1253554	636359	737216	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Média	184,4	119,1	114,6	97,7	104,4	96	357	337	189	221	37,1	41,0	15,4	18,2	16,2

Consumo Presente:

Min.	75.560.113	174.397.169	146.174.985	63.550.488	83.539.819	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	412881	1408209	1253715	636358	737405	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Média	183,0	123,8	116,6	99,9	113,3	96	357	337	189	221	37,0	15,7	14,9	19,2	19,8

Consumo Futuro:

Min.	79.612.964	182.875.284	149.876.679	65.160.104	83.076.209	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	412906	1408125	1253877	636356	737593	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Média	192,8	129,9	119,5	102,4	112,6	96	357	337	189	221	39,5	17,7	14,2	20,1	19,2

Evolução Passado-Presente

	-1%	4%	2%	2%	8%						1)	1)	1)	1)	1)
--	-----	----	----	----	----	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----

Evolução Presente-Futuro

	5%	5%	3%	3%	-1%						1)	1)	1)	1)	1)
--	----	----	----	----	-----	--	--	--	--	--	----	----	----	----	----

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)															
Consumo Passado:															
Min.	57.440.497	160.021.397	173.560.107	68.466.534	74.771.417	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	437249	1391488	1476359	737741	747886	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Média	131,4	115,0	117,6	92,8	100,0	100	375	403	210	247	32,5	13,9	13,1	12,5	12,5
Consumo Presente:															
Min.	56.926.531	159.042.314	178.076.699	70.933.215	71.891.981	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	437200	1391765	1476313	737694	747935	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Média	130,2	114,3	120,6	96,2	96,1	100	375	403	210	247	32,6	12,2	13,1	14,6	10,6
Consumo Futuro:															
Min.	56.425.882	177.695.110	189.612.608	75.436.307	75.700.009	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	437152	1392042	1476268	737647	747983	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Média	129,1	127,7	128,4	102,3	101,2	100	375	403	210	247	32,5	14,9	14,1	16,0	11,4
Evolução Passado-Presente	-1%	-1%	3%	4%	-4%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	-1%	12%	6%	6%	5%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)															
Consumo Passado:															
Min.	103.659.681	397.700.009	215.003.841	120.525.838	97.271.482	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	468498	1461356	1420479	681732	747524	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Média	221,3	272,1	151,4	176,8	130,1	108	382	392	210	249	58,9	71,6	15,1	31,0	15,5
Consumo Presente:															
Min.	105.282.312	281.395.323	213.855.326	122.904.884	99.943.063	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	468498	1461307	1420354	681785	747643	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Média	224,7	192,6	150,6	180,3	133,7	108	382	392	210	249	49,6	20,8	16,1	29,6	15,6
Consumo Futuro:															
Min.	105.798.657	287.569.762	214.471.617	122.871.711	101.115.808	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	468498	1461257	1420228	681838	747763	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Média	225,8	196,8	151,0	180,2	135,2	108	382	392	210	249	49,9	21,5	16,3	29,8	15,9
Evolução Passado-Presente	2%	-29%	-1%	2%	3%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	0%	2%	0%	0%	1%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)															
Consumo Passado:															
Min.	14.809.987	82.282.560	73.201.378	24.805.888	32.527.189	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	235142	1119976	1162698	567432	632247	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Média	63,0	73,5	63,0	43,7	51,4	59	291	301	183	214	18,3	28,2	13,2	8,3	20,4
Consumo Presente:															
Min.	14.589.606	72.481.412	60.647.012	27.332.421	34.144.327	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	235270	1120098	1163234	567669	632237	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Média	62,0	64,7	52,1	48,1	54,0	59	291	301	183	214	15,8	16,3	8,3	9,2	12,8
Consumo Futuro:															
Min.	14.158.658	76.290.964	66.872.582	30.975.287	37.464.307	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	235398	1120220	1163771	567907	632227	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Média	60,1	68,1	57,5	54,5	59,3	59	291	301	183	214	18,6	17,1	11,1	10,2	14,2
Evolução Passado-Presente	-1%	-12%	-17%	10%	5%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	-3%	5%	10%	13%	10%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (passado, presente e futuro)															
Consumo Passado:															
Min.	57.767.107	258.220.190	189.598.094	139.547.651	108.352.913	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	441439	1529100	1540300	779023	750900	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Média	130,9	168,9	123,1	179,1	144,3	102	410	416	217	247	27,5	34,4	16,3	27,0	28,7
Consumo Presente:															
Min.	62.692.672	226.219.617	192.555.380	143.333.146	99.973.040	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	441459	1529100	1540288	779023	750827	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Média	142,0	147,9	125,0	184,0	133,2	102	410	416	217	247	30,8	15,5	14,2	26,8	18,3

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Consumo Futuro:															
Min.	63.854.243	233.432.347	201.409.561	150.360.701	106.220.053	102	410	416	217		1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	441479	1529100	1540277	779023	750755	102	410	416	217		1)	1)	1)	1)	1)
Média	144,6	152,7	130,8	193,0	141,5	102	410	416	217		30,4	16,2	15,7	26,8	19,3
Evolução Passado-Presente	9%	-12%	2%	3%	-8%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	2%	3%	5%	5%	6%						1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)															
VoIP - Internet móvel	10,0	8,2	4,1	5,2	3,7	63	253	269	162	157	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	95,9	74,9	68,8	68,5	65,1	63	253	269	162	157	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	22,5	12,7	11,2	12,1	10,7	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	160,5	111,1	105,4	87,7	102,6	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	11,4	8,4	9,2	6,5	6,6	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	118,8	105,9	111,5	89,7	89,5	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	16,4	15,0	11,4	18,9	10,5	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	208,3	177,6	139,1	161,4	123,1	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	3,9	4,4	3,5	2,9	2,7	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	58,2	60,3	48,6	45,2	51,3	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	19,7	11,0	10,1	19,7	5,8	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	122,3	136,9	114,9	164,3	127,4	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)															
VoIP - Internet móvel	2.675.064	8.793.164	4.758.159	3.491.842	2.083.409	63	253	269	162	157	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	25.546.170	80.545.333	79.850.824	46.309.310	36.270.295	63	253	269	162	157	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	9.296.700	17.887.622	14.066.633	7.714.979	7.907.783	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	66.263.413	156.509.547	132.108.353	55.835.509	75.632.036	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	4.967.754	11.648.683	13.526.405	4.762.473	4.939.859	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	51.958.778	147.393.631	164.550.294	66.170.741	66.952.122	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	7.691.856	21.914.645	16.218.476	12.863.013	7.881.196	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	97.590.457	259.480.677	197.636.850	110.041.871	92.061.867	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	907.193	4.890.918	4.060.840	1.663.020	1.703.999	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	13.682.413	67.590.495	56.586.172	25.669.402	32.440.328	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	8.707.645	16.819.165	15.548.300	15.365.227	4.321.533	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	53.985.027	209.400.452	177.007.080	127.967.918	95.651.507	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)															
VoIP - Internet móvel	10,3	8,8	4,3	5,6	3,9	63	253	269	162	157	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	98,0	80,6	72,7	74,0	67,1	63	253	269	162	157	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	23,7	13,3	11,5	12,4	10,7	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	169,1	116,6	108,0	90,0	102,0	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	11,3	9,3	9,8	6,9	7,0	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	117,8	118,3	118,7	95,4	94,3	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	16,5	15,3	11,5	18,9	10,7	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	209,3	181,5	139,6	161,3	124,6	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	3,7	4,6	3,8	3,3	3,0	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	56,4	63,5	53,6	51,2	56,3	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	20,1	11,4	10,6	20,7	6,1	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	124,5	141,3	120,2	172,3	135,4	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)															
VoIP - Internet móvel	2.734.318	9.467.265	5.034.946	3.773.273	2.149.633	63	253	269	162	157	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	26.112.034	86.720.093	84.495.838	50.041.697	37.423.197	63	253	269	162	157	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas - Internet móvel	9.795.351	18.757.207	14.422.852	7.910.385	7.863.898	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas - Internet fixa	69.817.613	164.118.077	135.453.827	57.249.719	75.212.311	96	357	337	189	221	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet móvel	4.924.064	13.014.863	14.402.653	5.064.812	5.201.517	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	51.501.818	164.680.247	175.209.955	70.371.495	70.498.492	100	375	403	210	247	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	7.729.579	22.395.501	16.265.215	12.859.541	7.973.675	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	98.069.078	265.174.261	198.206.402	110.012.169	93.142.134	108	382	392	210	249	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. -Internet móvel	880.396	5.147.979	4.477.695	1.884.667	1.869.685	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armaz. fich. - Internet fixa	13.278.262	71.142.984	62.394.887	29.090.620	35.594.622	59	291	301	183	214	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	8.868.980	17.355.423	16.263.250	16.118.577	4.591.573	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	54.985.262	216.076.924	185.146.310	134.242.124	101.628.480	102	410	416	217	247	1)	1)	1)	1)	1)

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT

Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet

Acesso lento	83,1%	78,1%	74,2%	67,8%	79,2%	20	91	72	47	55	13,0 p.p.	7,0 p.p.	7,3 p.p.	10,1 p.p.	8,7 p.p.
Quebras/ interrupções	58,9%	52,0%	68,3%	62,9%	62,5%	20	91	72	47	55	15,8 p.p.	7,8 p.p.	7,7 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.
Perdas de acesso	54,4%	37,0%	48,1%	48,3%	49,8%	20	91	72	47	55	15,9 p.p.	7,6 p.p.	8,2 p.p.	10,3 p.p.	9,9 p.p.
Dificuldade de <i>upload</i> e <i>download</i>	31,6%	30,9%	43,4%	30,8%	41,0%	20	91	72	47	55	14,9 p.p.	7,5 p.p.	8,0 p.p.	10,6 p.p.	9,9 p.p.
Cobertura do serviço fraca	44,3%	32,7%	48,9%	21,3%	48,9%	20	91	72	47	55	15,4 p.p.	7,6 p.p.	8,1 p.p.	9,2 p.p.	9,9 p.p.
Fraco apoio ao cliente		16,7%	23,5%	17,0%	22,7%		91	72	47	55	6,9 p.p.	5,3 p.p.	5,9 p.p.	8,5 p.p.	8,5 p.p.
Outros															
NS/NR		4,8%		4,6%			91		47		8,9 p.p.	4,2 p.p.	2,1 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP

Consumo atual - VoIP	29,0	20,1	22,7	23,1	22,7	63	255	272	164	157	5,7 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.
Consumo atual - STF/STM	71,0	79,9	77,3	76,9	77,3	63	255	272	164	157	5,7 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	12,6	10,0	10,3	11,1	10,6	63	255	272	164	157	8,2 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	87,4	90,0	89,7	88,9	89,4	63	255	272	164	157	8,2 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	8,7	7,5	6,6	7,8	7,0	63	255	272	164	157	6,9 p.p.	3,2 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	91,3	92,5	93,4	92,2	93,0	63	255	272	164	157	6,9 p.p.	3,2 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	5,9	3,9	3,0	4,3	3,8	63	255	272	164	157	5,8 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	94,1	96,1	97,0	95,7	96,2	63	255	272	164	157	5,8 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.

Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas

Consumo atual - mensagens instantâneas	33,5	33,5	28,4	34,2	31,5	96	357	337	189	221	4,6 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.
Consumo atual - STM	66,5	66,5	71,6	65,8	68,5	96	357	337	189	221	4,6 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.
Metade do preço de STM - Mensagens instantâneas	17,6	18,4	15,6	17,0	17,9	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	4,0 p.p.	3,9 p.p.	5,4 p.p.	5,1 p.p.
Metade do preço de STM - STM	82,4	81,6	84,4	83,0	82,1	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	4,0 p.p.	3,9 p.p.	5,4 p.p.	5,1 p.p.
Igual ao preço de STM - Mensagens instantâneas	15,3	14,2	11,3	12,8	13,2	96	357	337	189	221	7,2 p.p.	3,6 p.p.	3,4 p.p.	4,8 p.p.	4,5 p.p.
Igual ao preço de STM - STM	84,7	85,8	88,7	87,2	86,8	96	357	337	189	221	7,2 p.p.	3,6 p.p.	3,4 p.p.	4,8 p.p.	4,5 p.p.
Dobro do preço de STM - Mensagens instantâneas	10,4	8,3	5,8	7,5	7,3	96	357	337	189	221	6,1 p.p.	2,9 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.
Dobro do preço de STM - STM	89,6	91,7	94,2	92,5	92,7	96	357	337	189	221	6,1 p.p.	2,9 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.

Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual

Consumo atual - Audiovisual	28,6	29,2	27,0	29,0	26,7	100	375	403	210	247	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.
Consumo atual - TV	71,4	70,8	73,0	71,0	73,3	100	375	403	210	247	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisual	15,5	15,1	13,4	15,1	14,1	100	375	403	210	247	7,1 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,8 p.p.	4,3 p.p.
Metade do preço de TV - TV	84,5	84,9	86,6	84,9	85,9	100	375	403	210	247	7,1 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,8 p.p.	4,3 p.p.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	12,6	11,9	9,7	11,9	9,9	100	375	403	210	247	6,5 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.	4,4 p.p.	3,7 p.p.
Igual ao preço de TV - TV	87,4	88,1	90,3	88,1	90,1	100	375	403	210	247	6,5 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.	4,4 p.p.	3,7 p.p.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisual	7,2	6,7	4,9	6,1	5,5	100	375	403	210	247	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.
Dobro do preço de TV - TV	92,8	93,3	95,1	93,9	94,5	100	375	403	210	247	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel															
Preço	49,8%	50,5%	58,4%	44,4%	62,1%	63	255	272	164	157	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.
Segurança	21,0%	17,3%	13,8%	10,7%	16,4%	63	255	272	164	157	6,8 p.p.	3,1 p.p.	2,7 p.p.	3,4 p.p.	3,4 p.p.
Qualidade do serviço	37,2%	26,8%	30,8%	30,1%	29,1%	63	255	272	164	157	8,6 p.p.	4,0 p.p.	3,7 p.p.	4,7 p.p.	4,7 p.p.
Funcionalidades do serviço	38,6%	41,2%	41,6%	35,6%	40,3%	63	255	272	164	157	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
Realização de chamadas em grupo	21,2%	14,1%	16,9%	17,0%	26,6%	63	255	272	164	157	7,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,8 p.p.	4,0 p.p.
Realização de videochamadas	37,4%	41,1%	45,6%	48,3%	42,2%	63	255	272	164	157	8,7 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	5,0 p.p.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	39,8%	39,0%	43,3%	43,5%	40,2%	63	255	272	164	157	8,5 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont.	35,5%	32,1%	27,8%	23,1%	29,9%	63	255	272	164	157	8,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.	4,2 p.p.	4,3 p.p.
Outros					0,4%					157					0,4 p.p.
NS/NR	2,6%	3,2%	1,7%	4,8%	6,1%	63	255	272	164	157	3,6 p.p.	1,8 p.p.	1,2 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.
Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel															
Preço	54,1%	51,7%	54,6%	58,3%	51,4%	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
Segurança	17,4%	13,1%	19,4%	11,1%	20,2%	96	357	337	189	221	5,7 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.
Qualidade do serviço	24,4%	30,3%	35,3%	29,8%	39,1%	96	357	337	189	221	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.
Funcionalidades do serviço	46,1%	42,7%	46,5%	50,3%	57,5%	96	357	337	189	221	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	21,2%	25,0%	23,5%	25,3%	25,1%	96	357	337	189	221	6,7 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	24,5%	19,0%	18,5%	18,7%	20,5%	96	357	337	189	221	6,5 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	20,4%	23,9%	22,3%	24,5%	29,1%	96	357	337	189	221	6,3 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont.	43,4%	38,1%	38,9%	44,8%	37,5%	96	357	337	189	221	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,7 p.p.	4,1 p.p.
Outros	2,4%		0,2%		0,1%	96		337		221	1,8 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.		0,2 p.p.
NS/NR	5,7%	2,5%	4,8%	4,7%	3,6%	96	357	337	189	221	3,4 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.
Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão															
Preço	40,7%	31,8%	34,2%	29,2%	35,8%	100	375	403	210	247	7,5 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
Segurança	14,3%	10,6%	10,1%	6,3%	11,3%	100	375	403	210	247	5,9 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	3,0 p.p.
Qualidade do serviço	46,9%	46,7%	41,8%	38,3%	44,0%	100	375	403	210	247	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	55,1%	58,7%	65,7%	66,2%	63,5%	100	375	403	210	247	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
Outros	0,3%	1,7%	0,2%		1,4%	100	375	403	210	247	1,9 p.p.	0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	14,2%	7,9%	9,8%	11,1%	9,2%	100	375	403	210	247	5,1 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas															
Melhoria da qualidade das chamadas po	34,8%	39,2%	42,0%	36,9%	45,3%	63	255	272	164	157	8,2 p.p.	4,1 p.p.	4,1 p.p.	4,9 p.p.	5,0 p.p.
Melhoria da qualidade do serviços de In	31,4%	31,9%	33,1%	30,9%	38,9%	63	255	272	164	157	8,2 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.	4,5 p.p.	4,7 p.p.
Melhoria da qualidade do serviços de In	19,0%	40,0%	29,6%	38,3%	40,2%	63	255	272	164	157	8,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.	4,9 p.p.	5,0 p.p.
Os serviços Voip aumentarem o seu núm	13,0%	22,5%	23,3%	15,8%	21,2%	63	255	272	164	157	6,7 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	26,0%	38,7%	40,9%	34,8%	29,7%	63	255	272	164	157	7,9 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	4,9 p.p.	4,9 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet	2,2%		0,8%		0,3%	63		272		157	1,9 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.		0,5 p.p.
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfeg					0,7%					157		0,2 p.p.	0,2 p.p.		0,6 p.p.
Outros			0,1%	1,0%	0,3%			272	164	157		0,6 p.p.	0,1 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t					0,7%					157		0,2 p.p.	0,2 p.p.		0,6 p.p.
NS/NR	5,6%	5,9%	3,7%	2,7%	5,1%	63	255	272	164	157	3,7 p.p.	2,2 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens															
Melhoria da qualidade das mensagens p	29,9%	32,4%	35,6%	28,8%	34,5%	96	357	337	189	221	6,8 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	22,9%	26,5%	22,0%	22,4%	32,6%	96	357	337	189	221	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	27,2%	34,7%	35,5%	35,8%	42,6%	96	357	337	189	221	7,0 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
Aumentar o número de funcionalidades	23,2%	28,3%	22,5%	26,7%	27,9%	96	357	337	189	221	6,8 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,7 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	31,2%	32,4%	40,0%	34,2%	33,8%	96	357	337	189	221	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet		0,3%	2,6%	2,4%	1,2%		357	337	189	221		0,4 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Os serviços IM passarem a ser de tráfeg		0,1%	1,0%	1,0%	1,2%		357	337	189	221		0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Outros	0,9%	0,5%	0,6%	1,0%	1,0%	96	357	337	189	221	1,1 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t	13,2%	13,0%	13,2%	20,0%	14,6%	96	357	337	189	221	5,2 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	3,2 p.p.
NS/NR	9,5%	5,8%	3,6%	3,2%	5,6%	96	357	337	189	221	4,0 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual															
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	35,2%	37,7%	34,3%	36,5%	45,8%	100	375	403	210	247	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	27,9%	39,3%	36,2%	35,2%	36,2%	100	375	403	210	247	7,3 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
O serviço de Internet móvel aumentar a	21,4%	26,2%	24,7%	32,4%	32,8%	100	375	403	210	247	6,7 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> au	24,5%	22,6%	27,0%	27,3%	24,8%	100	375	403	210	247	6,9 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet		0,1%	0,8%		1,2%			403		247		0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> pas			0,7%					403				0,3 p.p.	0,5 p.p.		
Redução do preço dos serviços audiovisi		0,5%	2,1%	0,6%	1,2%			403	210	247	1,8 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Outros		1,4%	0,3%		0,5%			403		247			0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço c	19,5%	24,4%	26,1%	22,5%	21,7%	100	375	403	210	247	5,7 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
NS/NR	16,5%	6,1%	7,3%	10,8%	6,7%	100	375	403	210	247	5,1 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviço de mensagens instantâneas ma

Whatsapp	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat										
Line										
QQ										
Tango										
Outros	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Sig.	

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Spotify	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vine	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vimeo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO Musica	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP Play	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Go	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TVI Player	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SoundCloud	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metacafe	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tidal					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Rhapsody					Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Spotify	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Vine										
Vimeo								Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music								Não Sig.	Não Sig.	
MEO Musica	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP Play					Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TVI Player	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.		Não Sig.		
SoundCloud										
Metacafe										
Tidal										
Rhapsody										
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		

Redes sociais utilizadas

Facebook	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Instagram	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LinkedIn	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Google Plus	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Twitter	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Pinterest	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Myspace	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Flirck	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tumblr	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Rede social mais utilizada

Facebook	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Instagram	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LinkedIn	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Google Plus	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Twitter					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.		Sig.	
Myspace										
Flirck										
Tumblr	Sig.	Sig.			Não Sig.					
Outro					Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		

Serviços de partilha e armazenamento

Dropbox	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Drive	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OneDrive	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
iCloud	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO Cloud	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Google Hangouts	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Office 365	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Team Viewer	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Salesfoce	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviço de partilha e armazenamento

Dropbox	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Google Drive	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OneDrive	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
iCloud					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Google Hangouts	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	
Office 365	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Team Viewer					Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Salesfoce										
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motores de busca e serviços de comércio

Google	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Yahoo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Bing	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ask	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Amazon	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Ebay	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Groupon	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OLX	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Wikipedia	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sapo	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Motivos de adesão/ utilização de serviço

Preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Segurança da informação	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Partilha de ficheiros entre grupos de util	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço em qualquer dispo:	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Elevada capacidade de armazenamento	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ausência de limitação de tamanho do fic	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Número de pessoas que já estão ligadas	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
NS/NR	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de adesão/ utilização de moto

Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Conselho de amigos	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Ausência de limites para o tipo de inform	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Diversas fontes de informação	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Compras mais eficientes	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Maior leque de escolha/ oferta	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Preços reduzidos	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Serviços personalizados					Não Sig.	Não Sig.		Sig.		
Comodidade do processo de compra	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Eliminação de distâncias física	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Acesso 24 horas por dia	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços que conhece e não estão dispo

ChatOn	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wasabee	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Amazon Instant Video	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Hulu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Netflix	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Sky Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pandora	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Vevo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Uber	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Nenhum										
Outro	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviços que gostaria de ver disponíveis:

ChatOn	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Wasabee	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Amazon Instant Vídeo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hulu	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Netflix	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sky Go	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pandora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vevo	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Uber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum										
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de :

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 1 a 2 horas	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 15 a 30 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Disponibilidade em pagar mensalmente

Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente

média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Serviços de mensagens instantâneas pagas

WHATSAPP - pago					Não Sig.	Sig.		Sig.		
WHATSAPP - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
WHATSAPP - NS/NR										
FACEBOOK MESSENGER - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - pago						Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - pago										Não Sig.
VIBER - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - pago					Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
HANGOUTS - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR					Não Sig.					
WECHAT - pago										
WECHAT - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
WECHAT - NS/NR					Não Sig.		Não Sig.		Sig.	
LINE - pago										
LINE - gratuito										
LINE - NS/NR										
QQ - pago										
QQ - gratuito										
QQ - NS/NR										
TANGO - pago										
TANGO - gratuito										
TANGO - NS/NR										
OUTRO - pago										
OUTRO - gratuito	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Sig.		Sig.		Não Sig.	
OUTRO - NS/NR										

Disponibilidade em pagar mensalmente

Sim					Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente

média					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
-------	--	--	--	--	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Redes sociais pagas e gratuitas

FACEBOOK - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
FACEBOOK - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
FACEBOOK - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
INSTAGRAM - pago										Sig.
INSTAGRAM - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
INSTAGRAM - NS/NR					Não Sig.				Não Sig.	
LINKEDIN - pago						Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.
LINKEDIN - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
LINKEDIN - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Sig.		Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - pago	Não Sig.			Não Sig.						
GOOGLE PLUS - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE PLUS - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TWITTER - pago										
TWITTER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TWITTER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
PINTEREST - pago										
PINTEREST - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
PINTEREST - NS/NR										
MYSAPCE - pago										
MYSAPCE - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MYSAPCE - NS/NR										
FLIRCK - pago										
FLIRCK - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FLIRCK - NS/NR										
TUMBLR - pago										
TUMBLR - gratuito	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TUMBLR - NS/NR										
OUTRO - pago										
OUTRO - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR										

Disponibilidade em pagar mensalmente

Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente

média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
-------	----------	----------	----------	------	----------	----------	------	----------	----------	------



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviços de partilha e armazenamento

DROPBOX - tráfego de dados	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
DROPBOX - tráfego de dados não gratuito	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
DROPBOX - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não gratuito	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados					Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratuito					Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
ICLOUD - tráfego de dados					Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR					Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - tráfego de dados não gratuito					Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO CLOUD - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados						Sig.			Não Sig.	
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito						Sig.			Não Sig.	
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR	Não Sig.	Sig.				Sig.			Não Sig.	
OFFICE 365 - tráfego de dados	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratuito						Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OFFICE 365 - NS/NR						Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - tráfego de dados						Não Sig.			Não Sig.	
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gratuito						Não Sig.			Não Sig.	
TEAM VIEWER - NS/NR	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
SALESFORCE - tráfego de dados						Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
SALESFORCE - tráfego de dados não gratuito						Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
SALESFORCE - NS/NR						Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	
OUTRO - tráfego de dados										
OUTRO - tráfego de dados não gratuito										
OUTRO - NS/NR										

4.2.3 Percepção do Consumidor

Satisfação com o operador de Internet

MEO	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vodafone	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Cabovisão	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro										

Satisfação com o operador de Internet

MEO	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NOS	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vodafone	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Moche										
Yorn										
Lycamobile										
Continente Mobile										
UZO										
Phone-ix										
Outro	Sig.	Não Sig.			Não Sig.					



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Falhas ocorridas durante a utilização dc

Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Operador de Internet	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Dispositivo utilizado										
Outros										
NS/NR										

Falhas ocorridas durante a utilização dc

Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros					Não Sig.					
NS/NR										

4.2.4 Evolução das condições

Evolução do consumo de serviços VoIP

Consumo Passado:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

Evolução Presente-Futuro

Evolução do consumo de serviços de m

Consumo Passado:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.										
Pop.										
Média	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.										
Pop.										
Média	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

Evolução Presente-Futuro

Variáveis

Significância estatística



	485 euros vs 486 a 970 euros	485 euros vs 971 a 1455 euros	485 euros vs 1456 a 1940 euros	485 euros vs Mais de 1941 euros	486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros	486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros	486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros	971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros	971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros	1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros
--	------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	--	---

Evolução do consumo de serviços de au

<u>Consumo Passado:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente										
Evolução Presente-Futuro										

Evolução do consumo de redes sociais (

<u>Consumo Passado:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
<u>Consumo Presente:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente										
Evolução Presente-Futuro										

Evolução do consumo de serviços de pa

<u>Consumo Passado:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Futuro:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Evolução Passado-Presente										
Evolução Presente-Futuro										

Evolução do consumo de motores de b

<u>Consumo Passado:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
<u>Consumo Presente:</u>										
Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Consumo Futuro:

Min.	Pop.	Média	485 euros vs 486 a 970 euros	485 euros vs 971 a 1455 euros	485 euros vs 1456 a 1940 euros	485 euros vs Mais de 1941 euros	486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros	486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros	486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros	971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros	971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros	1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros
			Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Evolução Passado-Presente												
Evolução Presente-Futuro												
Tempo de utilização de Internet móvel												
VoIP - Internet móvel												
Voip - Internet fixa												
Mensagens instantâneas -Internet móve												
Mensagens instantâneas -Internet fixa												
Audiovisuais -Internet móvel												
Audiovisuais - Internet fixa												
Redes sociais-Internet móvel												
Redes sociais - Internet fixa												
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel												
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa												
Motores de busca e e-commerce -Intern												
Motores de busca e e-commerce - Interr												
Tempo de utilização de Internet móvel												
VoIP - Internet móvel												
Voip - Internet fixa												
Mensagens instantâneas -Internet móve												
Mensagens instantâneas -Internet fixa												
Audiovisuais -Internet móvel												
Audiovisuais - Internet fixa												
Redes sociais-Internet móvel												
Redes sociais - Internet fixa												
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel												
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa												
Motores de busca e e-commerce -Intern												
Motores de busca e e-commerce - Interr												
Tempo de utilização futura de Internet												
VoIP - Internet móvel												
Voip - Internet fixa												
Mensagens instantâneas -Internet móve												
Mensagens instantâneas -Internet fixa												
Audiovisuais -Internet móvel												
Audiovisuais - Internet fixa												
Redes sociais-Internet móvel												
Redes sociais - Internet fixa												
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel												
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa												
Motores de busca e e-commerce -Intern												
Motores de busca e e-commerce - Interr												

Variáveis

Significância estatística



	485 euros vs 486 a 970 euros	485 euros vs 971 a 1455 euros	485 euros vs 1456 a 1940 euros	485 euros vs Mais de 1941 euros	486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros	486 a 970 euros vs 1456 a 1940 euros	486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros	971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros	971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros	1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros
--	------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	--	---

Motivos que levariam a utilizar apenas

Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> au	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet						Não Sig.			Não Sig.	
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> pas					Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.
Redução do preço dos serviços audiovisi					Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.
Outros					Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço c	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros



4.2.1 Caracterização da amostra

Género e classe etária															
Masculino - mais 55 anos	0,5%	6,0%	10,5%	16,8%	27,0%	135	633	730	449	536	2,0 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.
Masculino - 35 a 54 anos	16,3%	18,4%	24,8%	29,4%	26,5%	135	633	730	449	536	4,4 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	2,7 p.p.
Masculino - 16 a 34 anos	22,9%	19,7%	14,6%	12,9%	8,0%	135	633	730	449	536	4,1 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.
Feminino - mais 55 anos	4,5%	3,3%	3,8%	5,9%	7,1%	135	633	730	449	536	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Feminino - 35 a 54 anos	17,9%	19,5%	17,7%	15,7%	15,1%	135	633	730	449	536	4,5 p.p.	2,1 p.p.	1,9 p.p.	2,5 p.p.	2,2 p.p.
Feminino - 16 a 34 anos	37,9%	33,2%	28,7%	19,3%	16,3%	135	633	730	449	536	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.
Nível de escolaridade															
Ensino básico ou menos	29,3%	18,7%	11,0%	9,9%	11,4%	135	633	730	449	536	5,0 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	1,7 p.p.
Ensino secundário	53,6%	60,6%	63,5%	59,1%	47,1%	135	633	730	449	536	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Ensino superior	17,1%	20,8%	25,5%	31,0%	41,5%	135	633	730	449	536	3,9 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.
NS/NR											0,2 p.p.				
Distribuição por região por NUTS II															
Norte	31,7%	31,8%	32,1%	33,6%	25,3%	135	633	730	449	536	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,7 p.p.
Centro	23,8%	23,0%	21,2%	21,8%	14,4%	135	633	730	449	536	4,7 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.
Lisboa	24,9%	26,7%	30,2%	33,8%	41,4%	135	633	730	449	536	4,7 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Alentejo	9,7%	9,4%	8,4%	5,1%	6,3%	135	633	730	449	536	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.
Algarve	1,9%	4,7%	2,7%	2,3%	4,3%	135	633	730	449	536	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.
Madeira	6,5%	3,2%	4,8%	3,2%	6,3%	135	633	730	449	536	2,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,4 p.p.
Açores		0,4%		0,1%	1,1%		633		449	536	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.
NS/NR	1,4%	0,8%	0,5%	0,2%	0,9%	135	633	730	449	536	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.
Situação profissional															
Empregado	22,1%	63,3%	70,9%	67,0%	68,9%	135	633	730	449	536	4,7 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.
Desempregado	57,4%	20,4%	11,6%	9,3%	4,9%	135	633	730	449	536	5,5 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,0 p.p.	1,5 p.p.
Aluno/ Estudante	14,5%	9,6%	10,9%	9,3%	7,7%	135	633	730	449	536	3,5 p.p.	1,5 p.p.	1,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Outros inativos	6,0%	6,6%	6,6%	14,4%	18,4%	135	633	730	449	536	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.
Outros											0,9 p.p.				
NS/NR												0,1 p.p.	0,1 p.p.		
Rendimento mensal do agregado familiar															
Até 485 euros	100,0%					135					0,0 p.p.				
De 486 a 970 euros		100,0%					633					0,0 p.p.			
De 971 a 1455 euros			100,0%					730					0,0 p.p.		
De 1456 a 1940 euros				100,0%					449					0,0 p.p.	
De 1941 a 2425 euros					57,1%					536					3,1 p.p.
De 2424 a 2909 euros					23,8%					536					2,7 p.p.
Igual ou superior a 2910 euros					19,1%					536					2,4 p.p.
NS/NR															

4.2.2 Serviços OTT em Portugal, respetivos padrões de consumo e condições de oferta disponíveis

Pacote de serviços de telecomunicações															
Sim	98,0%	98,2%	98,6%	99,5%	99,8%	126	613	714	438	535	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Não	2,0%	1,8%	1,4%	0,5%	0,2%	126	613	714	438	535	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Operador do pacote de serviços de telecomunicações															
Meo	36,8%	42,2%	34,5%	39,1%	37,4%	121	591	703	434	530	5,6 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
NOS	23,2%	29,0%	36,0%	37,9%	41,0%	121	591	703	434	530	5,4 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Vodafone	32,9%	24,6%	25,7%	20,8%	17,4%	121	591	703	434	530	4,9 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.
Cabovisão	7,1%	4,2%	3,8%	2,2%	4,2%	121	591	703	434	530	3,1 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Serviços incluídos no pacote de telecomunicações															
Televisão por assinatura	65,1%	72,4%	78,2%	83,7%	87,2%	135	633	730	449	536	5,1 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.	2,5 p.p.	1,9 p.p.
Serviço telefónico fixo	66,4%	66,0%	74,6%	80,4%	87,2%	135	633	730	449	536	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.
Serviço telefónico móvel	58,7%	66,1%	66,8%	69,9%	73,1%	135	633	730	449	536	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Internet fixa	85,0%	87,0%	90,3%	90,8%	96,9%	135	633	730	449	536	3,9 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,1 p.p.
Internet móvel por dados móveis	49,7%	62,8%	62,9%	63,0%	68,1%	135	633	730	449	536	5,2 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Internet móvel por pen <i>USB</i>	13,9%	14,0%	14,8%	17,2%	20,7%	135	633	730	449	536	3,6 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
NS/NR	1,3%	1,2%	3,6%	0,3%	1,9%	135	633	730	449	536	1,4 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,4 p.p.	0,7 p.p.
Gasto médio mensal com o conjunto de telecomunicações															
Entre 0 e 9,99 euros	8,9%	11,2%	6,4%	3,7%	3,4%	135	633	730	449	536	3,4 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Entre 10 e 19,99 euros	14,3%	12,1%	11,2%	7,9%	8,2%	135	633	730	449	536	3,8 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Entre 20 e 29,99 euros	12,5%	12,1%	8,3%	10,4%	11,4%	135	633	730	449	536	3,9 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.
Entre 30 e 39,99 euros	18,3%	12,8%	12,5%	9,2%	9,7%	135	633	730	449	536	4,1 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.
Entre 40 e 49,99 euros	11,9%	11,1%	15,3%	14,2%	10,8%	135	633	730	449	536	4,3 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Entre 50 e 69,99 euros	14,1%	24,5%	25,9%	31,5%	26,6%	135	633	730	449	536	3,7 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Entre 70 e 89,99 euros	10,0%	10,4%	12,0%	16,4%	17,5%	135	633	730	449	536	2,5 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.
Entre 90 e 119,99 euros	1,5%	5,1%	6,1%	4,3%	9,5%	135	633	730	449	536	1,9 p.p.	1,0 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.
120 euros ou mais	1,1%	0,1%	0,6%	0,9%	2,6%	135	633	730	449	536	0,7 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.
NS/NR	7,3%	0,6%	1,7%	1,3%	0,2%	135	633	730	449	536	2,0 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,7 p.p.
Tarifários de Internet móvel															
Tarifário diário	17,1%	19,1%	16,4%	11,8%	13,6%	32	160	163	90	127	8,8 p.p.	5,6 p.p.	4,6 p.p.	6,4 p.p.	5,6 p.p.
Tarifário semanal	19,8%	8,6%	10,2%	12,1%	2,2%	32	160	163	90	127	9,4 p.p.	3,6 p.p.	3,7 p.p.	5,3 p.p.	2,3 p.p.
Tarifário mensal com dados móveis	1,5%	11,6%	5,9%	3,0%	12,3%	32	160	163	90	127	2,7 p.p.	4,2 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	5,3 p.p.
Assinatura mensal não incluída num pac	45,3%	50,0%	52,8%	57,8%	60,7%	32	160	163	90	127	14,3 p.p.	7,0 p.p.	6,7 p.p.	9,1 p.p.	8,0 p.p.
Outro		3,8%	5,2%	2,7%	7,0%		160	163	90	127	5,0 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.	4,1 p.p.	4,2 p.p.
NS/NR	16,2%	6,8%	9,6%	12,6%	4,2%	32	160	163	90	127	10,8 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	5,5 p.p.	3,2 p.p.
Utilização dos grupos de serviços OTT															
Motores de busca	96,9%	96,2%	98,1%	96,0%	96,4%	135	633	730	449	536	1,4 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.
Redes sociais	93,9%	91,4%	94,8%	92,0%	90,3%	135	633	730	449	536	2,2 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.
Serviços audiovisuais	88,1%	89,0%	89,2%	84,4%	84,0%	135	633	730	449	536	2,8 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Mensagens instantâneas	89,3%	89,2%	90,1%	88,3%	83,3%	135	633	730	449	536	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
VoIP	76,6%	75,7%	77,1%	80,7%	74,4%	135	633	730	449	536	4,9 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Partilha e armazenamento de ficheiros	67,1%	61,0%	68,4%	58,9%	65,9%	135	633	730	449	536	5,4 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Serviços VoIP utilizados															
<u>Apenas voz:</u>															
Skype	7,4%	4,7%	11,2%	9,3%	6,3%	135	633	730	449	536	3,0 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.
Skypeout		1,4%	0,4%		1,3%		633	730		536		0,4 p.p.	0,2 p.p.		0,5 p.p.
Facetime	0,3%	0,4%	1,1%	1,0%	1,4%	135	633	730	449	536	1,8 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Viber	10,8%	11,5%	13,1%	13,0%	9,0%	135	633	730	449	536	3,4 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	2,2 p.p.	1,7 p.p.
Whatsapp	10,5%	23,2%	21,2%	18,1%	19,0%	135	633	730	449	536	2,7 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.
Facebook Messenger	36,0%	25,4%	28,1%	24,9%	21,6%	135	633	730	449	536	4,8 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Hangouts	0,3%	4,7%	6,0%	5,3%	5,3%	135	633	730	449	536	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Wechat	1,1%	1,0%	0,7%	0,5%	0,8%	135	633	730	449	536	1,3 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.
QQ	1,1%	0,0%	0,2%	0,4%	0,6%	135	633	730	449	536	1,3 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Line		0,4%	0,9%	0,4%	1,4%		633	730	449	536	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.
Tango		0,1%	0,2%	0,4%	0,9%		633	730	449	536		0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Outros	0,3%	0,9%	1,0%	0,5%	1,0%	135	633	730	449	536	1,2 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Apenas videochamada:															
Skype	11,5%	9,7%	10,5%	7,8%	9,2%	135	633	730	449	536	3,4 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.
Skypeout	2,6%	0,6%	0,1%	0,8%	1,3%	135	633	730	449	536	1,1 p.p.	0,3 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Facetime	2,8%	1,6%	1,0%	2,9%	2,9%	135	633	730	449	536	1,5 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.
Viber	3,0%	1,7%	1,4%	2,7%	1,5%	135	633	730	449	536	1,6 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.
Whatsapp	10,7%	2,0%	1,7%	2,3%	3,0%	135	633	730	449	536	2,2 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Facebook Messenger	4,5%	7,2%	5,4%	4,7%	6,3%	135	633	730	449	536	2,6 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Hangouts	2,6%	1,4%	1,8%	1,6%	1,7%	135	633	730	449	536	1,6 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.
Wechat	1,5%	0,5%	0,7%	0,5%	0,3%	135	633	730	449	536	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
QQ	1,5%	0,3%	0,1%	0,6%	0,8%	135	633	730	449	536	1,0 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.
Line	1,5%	0,3%	0,1%	0,1%	0,6%	135	633	730	449	536	1,0 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,1 p.p.	0,5 p.p.
Tango	1,6%	0,4%	0,1%	0,2%	0,8%	135	633	730	449	536	0,9 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.
Outros				0,4%					449					0,3 p.p.	
Voz + Videochamada:															
Skype	32,4%	29,8%	28,7%	34,1%	34,3%	135	633	730	449	536	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Skypeout	0,4%	0,3%	1,3%	1,0%	0,4%	135	633	730	449	536	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.
Facetime	2,5%	5,9%	5,5%	8,3%	7,6%	135	633	730	449	536	1,6 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Viber	1,4%	6,1%	5,0%	3,9%	4,6%	135	633	730	449	536	2,1 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Whatsapp	8,7%	12,1%	10,4%	10,4%	9,9%	135	633	730	449	536	2,1 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.
Facebook Messenger	22,0%	24,6%	22,7%	21,6%	22,4%	135	633	730	449	536	4,6 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Hangouts	2,9%	3,2%	3,7%	2,4%	4,9%	135	633	730	449	536	1,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,4 p.p.
Wechat	0,1%	0,0%	0,5%	0,7%	1,8%	135	633	730	449	536	1,3 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.
QQ	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%	0,7%	135	633	730	449	536	0,9 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Line	1,2%	0,5%	0,8%	0,5%	0,7%	135	633	730	449	536	1,0 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.
Tango	1,1%	0,5%	0,3%	0,4%	0,7%	135	633	730	449	536	0,7 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Outros	0,3%	0,7%	0,4%	0,4%	0,1%	135	633	730	449	536	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.
Serviço VoIP mais utilizado															
Skype	27,8%	26,2%	36,3%	40,0%	44,4%	60	276	299	200	219	8,7 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Skypeout															
Facetime		2,2%	1,2%	2,8%	4,1%		276	299	200	219	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	2,3 p.p.
Viber	5,6%	5,0%	9,3%	6,8%	5,0%	60	276	299	200	219	3,8 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.
Whatsapp	9,7%	20,3%	12,3%	11,5%	14,7%	60	276	299	200	219	4,8 p.p.	2,7 p.p.	2,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.
Facebook Messenger	54,3%	45,4%	38,2%	35,5%	28,8%	60	276	299	200	219	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	4,6 p.p.
Hangouts	2,6%	0,9%	2,1%	3,2%	2,1%	60	276	299	200	219	2,3 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.	1,6 p.p.
Wechat					0,3%					219		0,5 p.p.			0,4 p.p.
QQ											1,3 p.p.				
Line			0,5%					299					0,4 p.p.	0,4 p.p.	
Tango					0,3%					219					0,4 p.p.
Outros			0,1%	0,2%	0,3%			299	200	219	1,1 p.p.		0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.
Serviços de mensagens instantâneas utilizados															
Whatsapp	29,9%	39,5%	40,7%	36,6%	37,0%	135	633	730	449	536	3,9 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Facebook Messenger	85,8%	76,5%	79,4%	69,5%	68,2%	135	633	730	449	536	4,3 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.
Skype	36,2%	34,0%	35,2%	37,4%	34,4%	135	633	730	449	536	5,4 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Viber	7,4%	17,0%	14,9%	13,2%	11,5%	135	633	730	449	536	3,0 p.p.	1,8 p.p.	1,7 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.
Hangouts	2,2%	9,5%	11,1%	10,0%	9,2%	135	633	730	449	536	2,4 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	1,9 p.p.
Wechat		0,3%	0,6%	0,7%	0,8%		633	730	449	536	0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Line		0,4%	1,8%	0,5%	0,2%		633	730	449	536	0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.
QQ				0,4%	0,1%				449	536	0,6 p.p.	0,2 p.p.		0,4 p.p.	0,2 p.p.
Tango		0,4%		0,4%	0,3%			633	449	536		0,2 p.p.		0,3 p.p.	0,3 p.p.
Outros	1,5%	1,5%	1,4%	2,1%	1,2%	135	633	730	449	536	1,5 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
Nenhum	10,7%	10,8%	9,9%	11,7%	16,7%	135	633	730	449	536	3,6 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Whatsapp	17,8%	17,4%	15,6%	15,9%	18,6%	70	339	388	238	300	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.
Facebook Messenger	78,6%	70,3%	71,6%	53,8%	62,9%	70	339	388	238	300	6,0 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.	4,6 p.p.	4,1 p.p.
Skype	3,4%	4,9%	7,4%	20,4%	11,3%	70	339	388	238	300	4,3 p.p.	2,1 p.p.	2,3 p.p.	3,8 p.p.	3,3 p.p.
Viber	0,3%	4,5%	2,8%	4,1%	2,9%	70	339	388	238	300	1,5 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	1,3 p.p.
Hangouts		2,7%	2,6%	5,5%	4,2%		339	388	238	300	0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.	1,5 p.p.
Wechat															
Line															
QQ														0,4 p.p.	
Tango															
Outros		0,2%		0,2%	0,1%		339		238	300	0,9 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	85,0%	86,0%	87,3%	80,5%	79,8%	135	633	730	449	536	3,7 p.p.	1,8 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.
Spotify	18,1%	18,3%	18,8%	17,0%	18,0%	135	633	730	449	536	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Vine	3,1%	2,5%	2,2%	3,1%	2,9%	135	633	730	449	536	2,0 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.
Vimeo	10,2%	9,0%	12,4%	11,3%	9,2%	135	633	730	449	536	3,6 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Apple Music	4,9%	5,5%	5,4%	5,0%	9,4%	135	633	730	449	536	1,8 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.
MEO Musica	5,9%	10,2%	9,7%	13,4%	16,1%	135	633	730	449	536	2,5 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.
RTP Play	5,3%	8,2%	10,0%	12,9%	16,6%	135	633	730	449	536	2,8 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.
MEO Go	11,1%	9,9%	9,8%	12,4%	17,1%	135	633	730	449	536	3,0 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.
TVI Player	11,5%	11,2%	11,6%	10,7%	12,6%	135	633	730	449	536	3,6 p.p.	1,8 p.p.	1,6 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
SoundCloud	7,0%	6,9%	4,7%	4,0%	5,4%	135	633	730	449	536	3,0 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,4 p.p.
Metacafe	1,0%	0,9%	0,7%	1,5%	1,7%	135	633	730	449	536	1,2 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.
Tidal				0,5%	0,2%				449	536		0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,3 p.p.
Rhapsody	3,9%	0,0%	0,1%	0,4%	0,5%	135	633	730	449	536	1,4 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Outro	2,8%	2,7%	2,2%	1,4%	1,7%	135	633	730	449	536	1,8 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.
Nenhum	12,9%	11,0%	11,1%	15,6%	16,0%	135	633	730	449	536	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	87,1%	84,3%	89,4%	83,2%	87,3%	65	330	395	235	276	4,9 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.
Spotify	4,0%	6,4%	4,1%	3,9%	1,8%	65	330	395	235	276	3,2 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Vine	0,3%	1,1%				65	330				0,5 p.p.	0,5 p.p.			
Vimeo			0,5%	0,2%	0,3%			395	235	276			0,4 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.
Apple Music		1,3%	0,6%		0,8%		330	395		276		0,6 p.p.	0,6 p.p.		0,7 p.p.
MEO Musica	4,6%	1,2%	1,6%	1,6%	0,8%	65	330	395	235	276	2,0 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.
RTP Play		0,9%	0,7%	2,5%	0,3%		330	395	235	276		1,0 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.
MEO Go	2,0%	3,7%	1,5%	5,9%	5,7%	65	330	395	235	276	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,9 p.p.	1,6 p.p.
TVI Player	2,0%	0,2%	0,8%	1,0%	3,1%	65	330	395	235	276	1,8 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.
SoundCloud				0,8%					235					0,6 p.p.	
Metacafe		0,1%					330				1,0 p.p.	0,2 p.p.			
Tidal															
Rhapsody			0,1%					395					0,2 p.p.		
Outro		0,7%	0,7%	0,9%			330	395	235		0,9 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	

Redes sociais utilizadas

Facebook	93,4%	89,5%	92,9%	86,2%	85,7%	135	633	730	449	536	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Instagram	35,7%	33,7%	34,2%	26,5%	30,8%	135	633	730	449	536	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.
LinkedIn	10,6%	13,1%	17,2%	22,6%	21,2%	135	633	730	449	536	4,2 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.
Google Plus	11,2%	12,2%	16,7%	25,4%	19,0%	135	633	730	449	536	3,9 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Twitter	14,7%	12,2%	15,6%	14,4%	15,0%	135	633	730	449	536	4,5 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.
Pinterest	9,8%	8,8%	11,1%	9,4%	10,5%	135	633	730	449	536	3,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
Myspace	0,3%	0,6%	4,6%	1,4%	2,0%	135	633	730	449	536	1,7 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.
Flirck	1,2%	0,6%	2,1%	1,2%	2,3%	135	633	730	449	536	1,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.
Tumblr	6,3%	6,3%	6,3%	6,2%	4,5%	135	633	730	449	536	2,8 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.
Outro	2,4%	0,1%	0,5%	0,5%	0,5%	135	633	730	449	536	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.
Nenhum	6,1%	8,6%	5,2%	8,0%	9,8%	135	633	730	449	536	2,2 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Rede social mais utilizada

Facebook	93,9%	92,2%	93,8%	87,4%	91,8%	57	337	359	232	249	3,4 p.p.	2,0 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Instagram	3,5%	3,2%	3,5%	3,9%	2,0%	57	337	359	232	249	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.
LinkedIn		0,9%	0,1%	1,1%	0,5%		337	359	232	249	0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.
Google Plus	2,6%	1,2%	0,2%	5,1%	3,7%	57	337	359	232	249	1,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,7 p.p.	1,2 p.p.
Twitter		1,2%	1,1%	1,5%	1,5%		337	359	232	249		0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Pinterest		0,2%	0,3%	0,8%	0,1%		337	359	232	249	0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.
Myspace															
Flirck				0,2%					232					0,3 p.p.	
Tumblr		1,1%	0,6%		0,3%		337	359		249	0,4 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.		0,4 p.p.
Outro			0,3%					359				0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros

Dropbox	31,4%	31,7%	40,8%	35,3%	41,2%	135	633	730	449	536	5,0 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Google Drive	27,0%	34,7%	38,7%	34,2%	42,5%	135	633	730	449	536	5,2 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
OneDrive	19,6%	16,6%	16,5%	16,0%	16,0%	135	633	730	449	536	4,4 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.
iCloud	6,1%	11,8%	10,0%	11,7%	15,9%	135	633	730	449	536	2,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
MEO Cloud	4,4%	7,5%	10,2%	9,8%	13,9%	135	633	730	449	536	2,7 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.
Google Hangouts	3,0%	4,4%	4,5%	3,5%	5,0%	135	633	730	449	536	1,8 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.
Office 365	7,2%	5,8%	9,3%	7,9%	7,4%	135	633	730	449	536	2,6 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,9 p.p.
Team Viewer	12,6%	7,0%	5,8%	6,3%	6,5%	135	633	730	449	536	3,3 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	1,6 p.p.
Salesfoce		0,1%	0,3%	0,5%	0,3%		633	730	449	536	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,2 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Outro	0,6%	0,7%	1,4%	2,0%	0,9%	135	633	730	449	536	1,3 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
Nenhum	32,9%	39,7%	32,1%	41,4%	34,1%	135	633	730	449	536	5,4 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.

Serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Dropbox	24,3%	32,6%	45,3%	40,9%	42,7%	60	215	299	162	239	7,6 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,5 p.p.
Google Drive	36,7%	30,5%	24,8%	22,7%	29,4%	60	215	299	162	239	8,7 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
OneDrive	17,6%	13,2%	10,3%	15,7%	8,7%	60	215	299	162	239	7,3 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.	3,7 p.p.	2,8 p.p.
iCloud	3,9%	10,5%	5,5%	7,6%	6,3%	60	215	299	162	239	2,5 p.p.	2,0 p.p.	1,4 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.
MEO Cloud	1,3%	6,0%	5,7%	6,5%	9,0%	60	215	299	162	239	3,7 p.p.	2,3 p.p.	1,8 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.
Google Hangouts	1,6%	4,0%	1,0%	4,7%	1,0%	60	215	299	162	239	1,8 p.p.	1,5 p.p.	0,7 p.p.	1,5 p.p.	0,7 p.p.
Office 365	4,1%	1,2%	4,4%	1,1%	2,6%	60	215	299	162	239	3,7 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.
Team Viewer	9,3%	1,7%	2,5%	0,5%	0,1%	60	215	299	162	239	3,7 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.	0,5 p.p.
Salesfoce															
Outro	1,3%	0,2%	0,5%	0,4%	0,2%	60	215	299	162	239	1,8 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.

Motores de busca e serviços de comércio eletrónico utilizados

Google	95,9%	95,5%	97,0%	93,0%	93,0%	135	633	730	449	536	2,2 p.p.	1,1 p.p.	0,8 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.
Yahoo	10,1%	5,3%	9,1%	10,5%	10,4%	135	633	730	449	536	3,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Bing	7,9%	8,8%	10,0%	11,8%	10,5%	135	633	730	449	536	3,5 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
Ask	3,0%	4,9%	4,4%	4,3%	3,3%	135	633	730	449	536	2,4 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.
Amazon	6,4%	7,9%	10,4%	9,7%	11,8%	135	633	730	449	536	2,8 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.
Ebay	15,5%	23,1%	23,0%	19,1%	21,0%	135	633	730	449	536	4,0 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.
Groupon	6,5%	7,1%	7,1%	7,3%	11,6%	135	633	730	449	536	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.
OLX	34,6%	42,8%	42,9%	39,0%	39,4%	135	633	730	449	536	5,4 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Wikipedia	27,4%	24,9%	32,5%	29,3%	31,2%	135	633	730	449	536	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Sapo	19,5%	27,2%	32,7%	30,9%	34,7%	135	633	730	449	536	4,5 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	2,9 p.p.
Outro		1,3%	1,5%	1,0%	0,8%		633	730	449	536	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Nenhum	3,1%	3,8%	1,9%	4,0%	3,6%	135	633	730	449	536	1,6 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motor de busca ou serviço de comércio eletrônico mais utilizado															
Google	87,5%	90,5%	93,1%	91,6%	84,5%	69	323	375	230	249	4,4 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,5 p.p.	3,0 p.p.
Yahoo			0,1%	0,7%	0,9%			375	230	249		0,6 p.p.	0,1 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.
Bing	2,4%	1,7%	0,1%	0,3%		69	323	375	230		1,7 p.p.	0,7 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.
Ask													0,4 p.p.		
Amazon		0,7%	0,1%	0,1%			323	375	230		0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.
Ebay	3,7%	1,0%	2,2%	2,8%	2,4%	69	323	375	230	249	1,9 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.
Groupon		0,1%	0,1%		3,9%		323	375		249		0,3 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	1,3 p.p.
OLX	5,2%	2,8%	2,3%	3,9%	6,8%	69	323	375	230	249	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.
Wikipedia	1,2%	0,6%	0,1%	0,4%	1,0%	69	323	375	230	249	1,9 p.p.	0,5 p.p.	0,1 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.
Sapo		2,6%	1,4%	0,1%	0,5%		323	375	230	249	0,4 p.p.	1,0 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.
Outro		0,1%	0,6%				323	375				0,1 p.p.	0,4 p.p.		0,6 p.p.
No trimestre de abril a junho de 2015 jogou jogos na Internet															
Sim	56,9%	45,3%	44,4%	39,9%	41,8%	135	633	730	449	536	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Não	39,1%	51,9%	51,6%	58,5%	55,0%	135	633	730	449	536	5,5 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
NS/NR	4,0%	2,8%	4,0%	1,6%	3,1%	135	633	730	449	536	2,7 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços VoIP															
Preço	25,3%	31,4%	34,6%	30,1%	34,5%	60	276	299	200	219	7,8 p.p.	3,8 p.p.	3,8 p.p.	4,7 p.p.	4,9 p.p.
Qualidade do serviço	28,6%	35,5%	32,9%	30,4%	37,5%	60	276	299	200	219	8,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.
Funcionalidades do serviço	57,3%	45,9%	57,0%	47,1%	48,8%	60	276	299	200	219	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,0 p.p.
Realização de chamadas em grupo	14,0%	13,0%	15,4%	16,4%	15,3%	60	276	299	200	219	6,2 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.	4,1 p.p.
Realização de videochamadas	28,6%	28,3%	27,0%	40,6%	45,4%	60	276	299	200	219	8,4 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	5,0 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas nece	49,8%	55,2%	59,7%	55,2%	66,3%	60	276	299	200	219	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	4,8 p.p.
Conselho de amigos	17,1%	18,0%	20,3%	23,0%	21,9%	60	276	299	200	219	7,4 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	3,9 p.p.	4,1 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	47,3%	42,5%	43,6%	28,0%	37,9%	60	276	299	200	219	8,6 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	4,8 p.p.	5,0 p.p.
Outros		1,2%	1,5%	0,1%	1,0%		276	299	200	219	2,2 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	2,7%	0,7%	2,5%	1,9%	1,4%	60	276	299	200	219	3,3 p.p.	0,8 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços de mensagens instantâneas															
Preço	19,7%	29,6%	33,0%	33,4%	40,1%	70	339	388	238	300	6,5 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Qualidade do serviço	44,5%	39,6%	30,3%	38,9%	38,6%	70	339	388	238	300	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.
Funcionalidades do serviço	71,6%	46,7%	57,2%	59,1%	55,2%	70	339	388	238	300	7,4 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	29,3%	28,1%	30,2%	29,7%	25,9%	70	339	388	238	300	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	3,9 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	28,1%	27,5%	23,9%	25,8%	22,0%	70	339	388	238	300	6,9 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	4,2 p.p.	3,7 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	26,0%	25,9%	33,7%	23,8%	30,2%	70	339	388	238	300	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.
Facilidade de acesso, sendo apenas nece	61,1%	54,7%	59,3%	54,3%	54,8%	70	339	388	238	300	7,3 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Conselho de amigos	8,0%	14,7%	14,6%	18,5%	22,3%	70	339	388	238	300	5,3 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	53,7%	48,9%	52,6%	38,0%	44,0%	70	339	388	238	300	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
Outros	0,4%	0,6%	0,2%	2,6%	1,1%	70	339	388	238	300	1,9 p.p.	0,9 p.p.	0,6 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.
NS/NR	1,5%	1,5%	2,2%	1,3%	1,6%		339	388	238	300	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de serviços de audiovisual															
Preço	26,3%	23,1%	23,4%	22,1%	28,3%	65	330	395	235	276	6,2 p.p.	3,1 p.p.	3,0 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.
Qualidade do serviço	57,3%	50,6%	43,9%	41,2%	47,5%	65	330	395	235	276	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	66,2%	70,3%	69,9%	72,8%	68,6%	65	330	395	235	276	7,5 p.p.	3,4 p.p.	3,2 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.
Conselho de amigos	14,9%	12,3%	17,3%	20,7%	17,4%	65	330	395	235	276	6,2 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	3,6 p.p.	2,9 p.p.
Diversidade/ Quantidade de conteúdos	2,2%	1,3%	1,2%	1,3%	1,0%	65	330	395	235	276	3,0 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Outros		1,5%	0,7%	0,6%	3,1%		330	395	235	276	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.	0,7 p.p.	1,2 p.p.
NS/NR	7,8%	5,1%	4,4%	4,7%	3,0%	65	330	395	235	276	4,4 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,1 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de redes sociais															
Qualidade do serviço	38,6%	29,7%	28,3%	22,8%	24,4%	57	337	359	232	249	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Funcionalidades do serviço	51,5%	56,1%	59,8%	58,5%	44,7%	57	337	359	232	249	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.
Conselho de amigos	46,6%	28,7%	21,9%	36,0%	23,8%	57	337	359	232	249	7,4 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,3 p.p.	3,8 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	78,3%	64,5%	69,0%	65,6%	73,8%	57	337	359	232	249	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.
Outros	2,9%	1,4%	2,2%	2,4%	0,6%	57	337	359	232	249	1,5 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.
NS/NR	1,9%	3,4%	1,5%	3,7%	3,0%	57	337	359	232	249	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	1,4 p.p.



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de adesão/ utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros															
Preço	18,3%	25,6%	27,3%	28,9%	29,2%	60	215	299	162	239	7,7 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Segurança da informação	33,1%	34,4%	27,5%	42,8%	29,0%	60	215	299	162	239	8,4 p.p.	4,2 p.p.	3,7 p.p.	5,2 p.p.	4,3 p.p.
Qualidade do serviço	53,5%	50,5%	41,4%	47,5%	46,6%	60	215	299	162	239	9,0 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
Funcionalidades do serviço	60,4%	56,2%	60,2%	61,0%	62,0%	60	215	299	162	239	8,8 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
Partilha de ficheiros entre grupos de util	34,1%	38,1%	36,5%	37,5%	38,0%	60	215	299	162	239	8,7 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.
Utilização do serviço em qualquer dispo:	36,5%	36,0%	36,5%	42,0%	48,3%	60	215	299	162	239	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
Elevada capacidade de armazenamento	34,6%	41,2%	39,6%	43,0%	43,4%	60	215	299	162	239	8,7 p.p.	4,2 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
Ausência de limitação de tamanho do fic	11,8%	10,2%	9,7%	15,0%	9,9%	60	215	299	162	239	4,4 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,6 p.p.	2,6 p.p.
Conselho de amigos	12,0%	13,9%	11,3%	16,3%	15,3%	60	215	299	162	239	6,5 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Número de pessoas que já estão ligadas	0,9%	8,1%	8,0%	7,2%	11,3%	60	215	299	162	239	2,7 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.	2,8 p.p.	3,0 p.p.
Outros		0,7%	0,2%	1,4%	0,1%		215	299	162	239	1,1 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	1,0 p.p.
NS/NR	4,8%		3,6%		0,1%	60	215	299		239	4,6 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	0,6 p.p.
Motivos de adesão/ utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónico															
Qualidade do serviço	66,0%	64,9%	63,8%	49,6%	53,1%	69	323	375	230	249	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.
Funcionalidades do serviço	76,8%	61,2%	60,7%	63,5%	61,5%	69	323	375	230	249	7,0 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
Conselho de amigos	12,2%	10,5%	9,3%	9,6%	8,0%	69	323	375	230	249	5,7 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Ausência de limites para o tipo de inform	32,1%	28,4%	34,2%	28,7%	28,4%	69	323	375	230	249	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.
Rápida resposta ao pedido de informaçã	68,1%	54,7%	52,9%	54,2%	65,4%	69	323	375	230	249	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Diversas fontes de informação	53,6%	42,2%	42,8%	39,9%	40,0%	69	323	375	230	249	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.
Compras mais eficientes	6,0%	1,6%	2,2%	4,1%	6,5%	69	323	375	230	249	2,7 p.p.	1,2 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.
Maior leque de escolha/ oferta	5,3%	2,6%	1,8%	5,7%	3,2%	69	323	375	230	249	2,4 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.
Preços reduzidos	8,3%	3,0%	1,9%	2,7%	6,7%	69	323	375	230	249	3,1 p.p.	1,4 p.p.	1,1 p.p.	1,4 p.p.	2,1 p.p.
Serviços personalizados	0,2%	0,6%	0,3%	0,2%	1,0%	69	323	375	230	249	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.
Comodidade do processo de compra	0,9%	1,8%	1,6%	3,1%	6,9%	69	323	375	230	249	1,3 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,9 p.p.
Eliminação de distâncias física	0,2%	0,8%	2,1%	0,8%	1,8%	69	323	375	230	249	0,9 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	1,3 p.p.
Acesso 24 horas por dia	4,8%	2,1%	1,0%	2,8%	1,5%	69	323	375	230	249	2,6 p.p.	1,0 p.p.	0,7 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.
Outros		0,5%	0,5%	1,7%	0,5%		323	375	230	249	0,8 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,3 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR		0,7%	1,0%	2,0%	1,7%		323	375	230	249	2,4 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Serviços que conhece e não estão disponíveis em Portugal															
ChatOn	10,0%	10,3%	14,5%	8,2%	9,8%	135	633	730	449	536	3,2 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.
Wasabee	6,8%	5,0%	5,6%	4,5%	5,5%	135	633	730	449	536	2,7 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.
Amazon Instant Video	12,7%	10,3%	14,0%	14,3%	11,8%	135	633	730	449	536	3,3 p.p.	1,7 p.p.	1,8 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
BBC iplayer	5,3%	8,3%	9,5%	8,3%	10,5%	135	633	730	449	536	2,4 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.	1,8 p.p.	1,9 p.p.
HBO Go	10,6%	11,3%	11,7%	10,5%	9,5%	135	633	730	449	536	2,9 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.
Hulu	5,5%	4,8%	4,6%	5,6%	3,8%	135	633	730	449	536	2,8 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Netflix	39,0%	33,0%	38,6%	38,1%	38,9%	135	633	730	449	536	5,3 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.
Sky Go	10,1%	9,9%	11,8%	8,3%	14,8%	135	633	730	449	536	3,0 p.p.	1,5 p.p.	1,6 p.p.	1,9 p.p.	2,1 p.p.
Wuaki TV	3,8%	2,7%	1,7%	0,9%	2,3%	135	633	730	449	536	1,6 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
Pandora	15,3%	11,6%	15,2%	14,5%	13,3%	135	633	730	449	536	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.
Vevo	31,0%	29,2%	34,2%	27,5%	25,6%	135	633	730	449	536	5,0 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.
Uber	28,9%	32,5%	36,7%	33,1%	36,5%	135	633	730	449	536	4,9 p.p.	2,5 p.p.	2,4 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.
Nenhum	0,9%	0,1%			0,3%	135	633			536	0,7 p.p.	0,1 p.p.	0,2 p.p.		0,2 p.p.
Outro	33,7%	40,7%	34,4%	38,8%	36,5%	135	633	730	449	536	5,5 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,2 p.p.	2,9 p.p.

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Serviços que gostaria de ver disponíveis em Portugal

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
ChatOn	33,2%	37,3%	31,4%	24,1%	45,9%	13	66	95	48	58	18,8 p.p.	8,3 p.p.	7,4 p.p.	9,2 p.p.	9,1 p.p.
Wasabee	42,8%	18,2%	39,4%	32,5%	25,0%	7	29	45	19	29	24,8 p.p.	9,7 p.p.	10,9 p.p.	13,8 p.p.	11,4 p.p.
Amazon Instant Vídeo	48,8%	37,2%	55,8%	36,5%	36,6%	19	64	95	65	71	16,3 p.p.	8,0 p.p.	7,4 p.p.	9,0 p.p.	8,7 p.p.
BBC iplayer	58,0%	50,8%	32,1%	46,5%	40,6%	8	53	71	41	54	20,2 p.p.	9,3 p.p.	8,5 p.p.	11,1 p.p.	9,9 p.p.
HBO Go	67,9%	41,9%	62,6%	63,8%	51,3%	15	87	93	50	66	18,0 p.p.	7,9 p.p.	7,8 p.p.	10,3 p.p.	9,0 p.p.
Hulu	10,9%	47,0%	52,2%	56,7%	34,6%	8	38	45	27	37	19,7 p.p.	10,3 p.p.	10,2 p.p.	14,0 p.p.	10,5 p.p.
Netflix	67,4%	73,2%	74,3%	84,7%	75,4%	58	257	334	202	263	8,5 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.
Sky Go	43,2%	43,6%	45,7%	54,5%	43,1%	12	57	77	38	57	20,3 p.p.	9,0 p.p.	8,1 p.p.	11,5 p.p.	9,8 p.p.
Wuaki TV	20,7%	20,7%	37,3%	82,7%	29,5%	14	14	8	4	12	40,4 p.p.	16,2 p.p.	26,8 p.p.	38,6 p.p.	20,6 p.p.
Pandora	36,6%	47,7%	25,8%	40,3%	38,2%	17	81	114	62	73	17,3 p.p.	7,4 p.p.	6,1 p.p.	8,9 p.p.	8,1 p.p.
Vevo	51,2%	52,3%	45,3%	52,7%	37,2%	48	216	248	147	175	9,8 p.p.	4,7 p.p.	4,6 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Uber	37,0%	40,5%	42,6%	50,9%	45,9%	44	240	311	185	245	10,1 p.p.	4,3 p.p.	4,2 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
Nenhum		100,0%			100,0%		2			1					
Outro	24,6%	19,4%	18,2%	15,5%	20,7%	91	413	510	312	375	6,1 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	2,9 p.p.

Tempo médio dedicado à utilização de serviços VoIP

Dias úteis das 7 às 19 horas:

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Não acede	23,7%	25,2%	26,8%	27,8%	24,8%	60	276	299	200	219	8,3 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	23,1%	20,9%	32,0%	32,5%	41,1%	60	276	299	200	219	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.	5,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	25,9%	14,6%	21,5%	21,5%	12,2%	60	276	299	200	219	7,4 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	9,7%	13,9%	8,4%	8,1%	9,0%	60	276	299	200	219	4,6 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,9%	14,5%	7,8%	5,3%	8,7%	60	276	299	200	219	3,5 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,4%	9,2%	2,2%	3,5%	2,3%	60	276	299	200	219	4,5 p.p.	2,3 p.p.	1,2 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,2%	1,6%	1,4%	1,4%	2,0%	60	276	299	200	219	2,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	44,4	52,0	29,7	30,3	33,1	60	276	299	200	219	17,0	8,7	5,8	7,4	8,5

Dias úteis das 19 às 7 horas:

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Não acede	11,0%	12,3%	15,5%	23,3%	11,0%	60	276	299	200	219	4,7 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,0%	30,0%	32,7%	34,7%	37,8%	60	276	299	200	219	8,4 p.p.	3,7 p.p.	3,8 p.p.	4,8 p.p.	4,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	29,6%	20,4%	21,5%	10,1%	16,0%	60	276	299	200	219	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,2 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	27,1%	9,4%	14,4%	14,1%	16,6%	60	276	299	200	219	6,9 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	5,3%	14,7%	11,7%	12,5%	13,3%	60	276	299	200	219	4,4 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,1%	11,3%	3,8%	5,3%	3,2%	60	276	299	200	219	4,6 p.p.	2,4 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,8%	0,4%	0,4%	2,0%	2,0%	60	276	299	200	219	2,2 p.p.	0,9 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	36,1	57,5	34,6	33,7	43,2	60	276	299	200	219	15,7	7,7	4,6	5,6	8,1

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Não acede	26,9%	15,5%	24,9%	25,6%	14,6%	60	276	299	200	219	8,2 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.
Entre 1 a 15 min.	24,3%	22,5%	27,8%	35,0%	38,5%	60	276	299	200	219	6,9 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,6 p.p.	4,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	10,2%	17,7%	15,9%	11,3%	20,4%	60	276	299	200	219	6,4 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	10,8%	9,1%	17,0%	13,4%	12,1%	60	276	299	200	219	5,1 p.p.	2,7 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,2%	19,6%	10,2%	9,0%	7,9%	60	276	299	200	219	6,2 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.	3,1 p.p.	2,7 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,7%	12,2%	2,3%	4,8%	5,1%	60	276	299	200	219	4,7 p.p.	2,5 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,9%	3,4%	1,9%	0,9%	1,3%	60	276	299	200	219	3,3 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	50,3	70,7	37,0	34,2	37,6	60	276	299	200	219	20,4	9,5	7,2	7,2	8,5

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Não acede	18,9%	13,2%	22,6%	23,8%	16,1%	60	276	299	200	219	6,4 p.p.	3,0 p.p.	3,3 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	12,2%	21,5%	30,1%	30,0%	35,4%	60	276	299	200	219	6,6 p.p.	3,4 p.p.	3,8 p.p.	4,6 p.p.	4,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	28,3%	18,5%	14,3%	11,1%	14,4%	60	276	299	200	219	7,9 p.p.	3,4 p.p.	2,8 p.p.	3,7 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	16,6%	17,8%	14,2%	14,2%	13,0%	60	276	299	200	219	6,2 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	14,3%	14,3%	13,5%	11,9%	10,7%	60	276	299	200	219	5,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,7%	12,2%	5,1%	8,8%	9,1%	60	276	299	200	219	5,6 p.p.	2,8 p.p.	1,9 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas		2,5%	0,2%	0,2%	1,3%		276	299	200	219	3,6 p.p.	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,5 p.p.	1,0 p.p.
Média min.	48,0	65,2	36,0	41,6	47,3	60	276	299	200	219	24,8	9,1	5,6	7,2	9,4

**Variáveis****Frequência/ Média****Base Amostral****Margem de erro**

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Tempo médio dedicado à utilização de serviços mensagens instantâneas**Dias úteis das 7 às 19 horas:**

Não acede	2,3%	9,8%	9,0%	9,9%	13,1%	70	339	388	238	300	4,0 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	36,1%	31,2%	36,1%	36,8%	33,5%	70	339	388	238	300	7,2 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	10,6%	17,1%	20,8%	26,0%	20,7%	70	339	388	238	300	4,5 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	25,3%	13,1%	13,0%	11,3%	12,5%	70	339	388	238	300	6,5 p.p.	2,8 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	11,4%	13,9%	13,6%	7,0%	8,5%	70	339	388	238	300	4,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	2,9 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,0%	11,5%	6,0%	5,2%	7,9%	70	339	388	238	300	5,1 p.p.	2,1 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas	5,2%	3,4%	1,6%	3,8%	3,8%	70	339	388	238	300	2,8 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	72,6	66,0	46,2	50,6	56,4	70	339	388	238	300	19,2	7,8	8,1	11,1	12,0

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	4,8%	6,4%	8,5%	11,5%	7,4%	70	339	388	238	300	3,4 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,7%	29,4%	24,8%	34,9%	35,2%	70	339	388	238	300	6,5 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	22,4%	16,4%	22,9%	19,9%	11,7%	70	339	388	238	300	5,6 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	2,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	18,0%	18,1%	21,8%	14,4%	23,7%	70	339	388	238	300	5,7 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	23,7%	15,5%	15,2%	12,3%	12,1%	70	339	388	238	300	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	3,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,7%	11,5%	5,4%	5,9%	9,0%	70	339	388	238	300	5,1 p.p.	2,4 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	2,8%	1,4%	1,0%	0,9%	70	339	388	238	300	3,4 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	62,7	66,4	48,9	42,5	50,5	70	339	388	238	300	25,2	7,8	7,6	8,8	8,6

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	7,0%	7,7%	10,6%	12,0%	9,1%	70	339	388	238	300	4,3 p.p.	2,1 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	21,8%	26,5%	27,4%	35,8%	35,6%	70	339	388	238	300	6,4 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.
Entre 15 a 30 min.	14,5%	18,5%	21,5%	17,6%	15,3%	70	339	388	238	300	5,0 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	21,1%	13,5%	16,3%	13,8%	13,4%	70	339	388	238	300	5,6 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	21,4%	14,6%	13,9%	10,4%	12,9%	70	339	388	238	300	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.
Entre 2 a 5 horas	9,0%	12,6%	6,4%	6,7%	8,9%	70	339	388	238	300	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	5,2%	6,6%	4,0%	3,6%	4,8%	70	339	388	238	300	3,9 p.p.	1,6 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,6 p.p.
Média min.	79,0	85,7	60,5	55,1	67,0	70	339	388	238	300	24,5	11,2	8,3	12,6	12,6

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	7,4%	9,7%	9,1%	12,6%	11,5%	70	339	388	238	300	3,7 p.p.	2,0 p.p.	2,3 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 15 min.	16,1%	21,5%	29,2%	34,7%	32,4%	70	339	388	238	300	5,9 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	13,3%	16,8%	14,0%	17,1%	14,2%	70	339	388	238	300	4,8 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,2 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	25,5%	17,7%	21,3%	10,6%	14,8%	70	339	388	238	300	5,9 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	26,6%	15,3%	15,6%	15,4%	12,6%	70	339	388	238	300	6,6 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	8,3%	13,9%	7,9%	7,0%	11,6%	70	339	388	238	300	4,8 p.p.	2,6 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	5,1%	2,9%	2,6%	2,8%	70	339	388	238	300	4,3 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Média min.	71,8	82,5	60,5	53,2	62,6	70	339	388	238	300	28,3	10,2	8,7	12,7	10,9

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de audiovisual**Dias úteis das 7 às 19 horas:**

Não acede	18,3%	16,2%	21,6%	17,8%	17,8%	65	330	395	235	276	5,8 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,7 p.p.	3,3 p.p.
Entre 1 a 15 min.	26,4%	35,1%	31,6%	29,9%	30,5%	65	330	395	235	276	6,3 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	16,0%	15,2%	19,6%	19,8%	25,4%	65	330	395	235	276	6,7 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	3,5 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	17,8%	15,5%	15,7%	11,3%	17,3%	65	330	395	235	276	5,9 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.
Entre 1 a 2 horas	9,1%	13,5%	5,3%	12,7%	5,5%	65	330	395	235	276	4,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	3,0 p.p.	2,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	11,6%	3,5%	4,9%	8,4%	3,5%	65	330	395	235	276	3,2 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	2,4 p.p.	1,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	0,8%	1,0%	1,3%	0,2%		65	330	395	235	276	3,1 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	50,2	37,8	35,4	41,8	28,2	65	330	395	235	276	23,3	6,9	6,6	7,0	7,2

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	14,2%	10,8%	12,0%	9,4%	3,7%	65	330	395	235	276	4,3 p.p.	2,2 p.p.	2,1 p.p.	2,4 p.p.	2,2 p.p.
Entre 1 a 15 min.	20,8%	28,9%	29,9%	28,9%	28,1%	65	330	395	235	276	5,9 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	22,0%	18,7%	17,1%	15,0%	25,4%	65	330	395	235	276	6,8 p.p.	3,1 p.p.	2,8 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	19,6%	20,5%	18,2%	21,5%	21,7%	65	330	395	235	276	6,1 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.
Entre 1 a 2 horas	15,6%	12,2%	17,9%	15,5%	17,3%	65	330	395	235	276	5,2 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.	3,2 p.p.
Entre 2 a 5 horas	7,7%	8,2%	4,5%	9,2%	3,6%	65	330	395	235	276	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,4 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas		0,8%	0,4%	0,5%	0,3%		330	395	235	276	1,4 p.p.	0,8 p.p.	0,5 p.p.	0,4 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	45,7	48,1	42,1	51,0	42,2	65	330	395	235	276	13,1	7,2	6,7	7,2	8,4

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	9,2%	14,3%	16,0%	15,6%	8,9%	65	330	395	235	276	5,1 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	31,7%	27,2%	25,0%	23,6%	29,8%	65	330	395	235	276	6,2 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,7 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	16,7%	20,7%	23,0%	17,4%	21,5%	65	330	395	235	276	6,7 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	15,2%	12,3%	15,8%	18,1%	15,5%	65	330	395	235	276	5,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	8,1%	13,0%	13,0%	13,3%	14,1%	65	330	395	235	276	4,4 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	3,5 p.p.	2,9 p.p.
Entre 2 a 5 horas	16,2%	10,9%	5,7%	11,7%	10,1%	65	330	395	235	276	5,2 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	3,0%	1,6%	1,4%	0,4%	0,1%	65	330	395	235	276	3,0 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	0,6 p.p.	0,7 p.p.
Média min.	69,6	55,1	45,3	52,5	48,7	65	330	395	235	276	19,6	10,1	9,1	8,4	9,1

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	15,0%	16,4%	14,0%	12,3%	12,1%	65	330	395	235	276	5,0 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	25,3%	26,3%	21,6%	23,2%	23,3%	65	330	395	235	276	5,7 p.p.	3,0 p.p.	2,8 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	17,4%	12,5%	22,6%	16,2%	14,8%	65	330	395	235	276	6,2 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	12,4%	14,9%	17,3%	19,8%	26,1%	65	330	395	235	276	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	18,6%	16,6%	15,3%	14,8%	13,1%	65	330	395	235	276	5,4 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	11,3%	11,6%	8,9%	8,4%	8,4%	65	330	395	235	276	4,6 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,7%	1,7%	0,3%	5,0%	2,1%	65	330	395	235	276	3,3 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,2 p.p.
Média min.	52,0	59,6	48,7	71,7	57,2	65	330	395	235	276	21,8	8,9	8,1	13,1	10,4

Tempo médio dedicado à utilização de redes sociaisDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	3,9%	7,3%	12,6%	9,9%	13,4%	57	337	359	232	249	3,0 p.p.	2,0 p.p.	2,4 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	18,0%	18,1%	20,3%	22,6%	28,9%	57	337	359	232	249	6,4 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Entre 15 a 30 min.	9,9%	20,1%	17,7%	29,0%	17,1%	57	337	359	232	249	5,3 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	4,1 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	31,4%	17,6%	21,2%	15,5%	15,3%	57	337	359	232	249	6,2 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	26,3%	20,6%	14,8%	10,7%	19,4%	57	337	359	232	249	6,3 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	3,8%	11,0%	9,1%	9,2%	4,4%	57	337	359	232	249	4,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,9 p.p.	2,2 p.p.
Entre 5 a 12 horas	6,6%	5,2%	4,3%	3,1%	1,5%	57	337	359	232	249	4,4 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	83,2	82,0	69,3	59,9	47,5	57	337	359	232	249	29,6	11,3	10,8	15,5	8,3

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	12,2%	5,5%	4,3%	10,6%	6,8%	57	337	359	232	249	3,3 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,4 p.p.	2,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	12,7%	16,5%	15,0%	18,1%	19,8%	57	337	359	232	249	5,2 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	11,3%	18,8%	22,2%	18,3%	28,1%	57	337	359	232	249	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,4 p.p.	3,7 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	24,3%	20,8%	22,8%	23,2%	15,5%	57	337	359	232	249	6,0 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 2 horas	23,6%	16,8%	21,4%	17,7%	20,6%	57	337	359	232	249	6,8 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	13,0%	17,8%	12,1%	10,3%	7,5%	57	337	359	232	249	5,8 p.p.	2,8 p.p.	2,2 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	2,9%	3,7%	2,2%	1,7%	1,8%	57	337	359	232	249	3,5 p.p.	1,5 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	77,9	86,5	72,3	62,4	58,0	57	337	359	232	249	24,4	10,9	8,7	15,6	8,8

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	8,8%	6,3%	10,2%	9,9%	9,7%	57	337	359	232	249	3,7 p.p.	1,8 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	9,8%	17,2%	17,5%	23,4%	24,0%	57	337	359	232	249	5,9 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	18,2%	19,6%	18,5%	16,4%	23,0%	57	337	359	232	249	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	28,9%	14,3%	16,6%	21,5%	17,9%	57	337	359	232	249	6,1 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.	3,8 p.p.	3,2 p.p.
Entre 1 a 2 horas	18,0%	19,9%	18,8%	16,9%	14,5%	57	337	359	232	249	6,1 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,4 p.p.	3,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,8%	17,4%	13,3%	8,6%	8,6%	57	337	359	232	249	5,3 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	10,6%	5,3%	5,0%	3,2%	2,4%	57	337	359	232	249	4,5 p.p.	1,8 p.p.	1,4 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	100,1	93,9	83,5	65,0	58,6	57	337	359	232	249	28,6	12,3	10,4	15,7	11,1

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	6,2%	6,3%	7,0%	11,6%	12,2%	57	337	359	232	249	3,5 p.p.	1,7 p.p.	1,9 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 15 min.	8,5%	13,8%	15,9%	20,3%	22,4%	57	337	359	232	249	5,2 p.p.	2,3 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	15,2%	14,9%	19,1%	14,2%	21,8%	57	337	359	232	249	3,8 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	28,0%	20,6%	14,6%	19,9%	10,1%	57	337	359	232	249	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,0 p.p.
Entre 1 a 2 horas	23,0%	18,6%	26,5%	23,6%	19,9%	57	337	359	232	249	6,6 p.p.	3,0 p.p.	3,1 p.p.	4,0 p.p.	3,7 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,4%	20,6%	13,7%	6,7%	11,5%	57	337	359	232	249	6,3 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	2,7 p.p.	2,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	6,7%	5,1%	3,3%	3,8%	2,0%	57	337	359	232	249	4,1 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	2,2 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	97,5	100,0	81,4	68,5	63,5	57	337	359	232	249	26,4	12,1	9,8	16,8	11,4

**Variáveis****Frequência/ Média****Base Amostral****Margem de erro**

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Tempo médio dedicado à utilização de serviços de partilha e armazenamento de ficheirosDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	24,4%	14,5%	17,9%	15,0%	12,8%	60	215	299	162	239	7,8 p.p.	3,5 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	43,1%	48,2%	45,5%	38,6%	44,7%	60	215	299	162	239	8,7 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	19,9%	18,5%	16,8%	26,2%	16,6%	60	215	299	162	239	7,6 p.p.	3,3 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	4,9%	9,6%	11,9%	5,7%	13,0%	60	215	299	162	239	4,2 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.	2,7 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	5,5%	6,3%	5,7%	8,7%	6,6%	60	215	299	162	239	4,0 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.
Entre 2 a 5 horas	0,8%	1,4%	1,2%	4,5%	4,3%	60	215	299	162	239	1,9 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.	1,8 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,5%	1,6%	0,9%	1,3%	2,0%	60	215	299	162	239	1,9 p.p.	1,0 p.p.	0,7 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.
Média min.	24,2	28,8	25,1	35,7	38,3	60	215	299	162	239	8,3	6,8	5,7	6,4	10,2

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	25,3%	13,8%	26,5%	14,8%	17,9%	60	215	299	162	239	7,7 p.p.	3,2 p.p.	3,3 p.p.	4,0 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	44,7%	51,3%	33,2%	41,9%	45,1%	60	215	299	162	239	8,8 p.p.	4,3 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.
Entre 15 a 30 min.	12,5%	15,7%	18,7%	22,8%	11,6%	60	215	299	162	239	6,2 p.p.	3,2 p.p.	3,1 p.p.	4,3 p.p.	3,3 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	10,4%	11,1%	13,7%	10,4%	11,7%	60	215	299	162	239	6,1 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	3,1 p.p.
Entre 1 a 2 horas	4,7%	5,2%	7,6%	4,5%	11,1%	60	215	299	162	239	4,4 p.p.	1,9 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Entre 2 a 5 horas	2,4%	1,3%	0,2%	5,1%	0,8%	60	215	299	162	239	2,2 p.p.	1,7 p.p.	0,8 p.p.	1,8 p.p.	1,0 p.p.
Entre 5 a 12 horas		1,6%	0,2%	0,6%	1,8%		215	299	162	239	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	0,6 p.p.	0,9 p.p.
Média min.	20,3	28,0	21,2	30,8	32,4	60	215	299	162	239	7,0	9,1	4,0	7,5	8,6

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	35,2%	26,1%	22,6%	20,2%	29,8%	60	215	299	162	239	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.	4,7 p.p.	4,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	39,6%	38,1%	41,7%	40,6%	40,7%	60	215	299	162	239	8,8 p.p.	4,2 p.p.	3,9 p.p.	5,1 p.p.	4,4 p.p.
Entre 15 a 30 min.	15,0%	17,0%	15,1%	17,0%	15,1%	60	215	299	162	239	7,1 p.p.	3,3 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,4 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	5,3%	9,3%	8,8%	11,5%	6,2%	60	215	299	162	239	4,6 p.p.	2,5 p.p.	2,2 p.p.	3,3 p.p.	2,8 p.p.
Entre 1 a 2 horas	4,1%	5,9%	10,4%	5,1%	5,1%	60	215	299	162	239	3,8 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.
Entre 2 a 5 horas	0,8%	1,4%	1,4%	3,4%	1,8%	60	215	299	162	239	3,2 p.p.	1,7 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,3 p.p.
Entre 5 a 12 horas		2,2%		1,4%	1,3%		215	299	162	239	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,6 p.p.	0,8 p.p.	0,8 p.p.
Média min.	14,3	30,5	22,9	32,0	24,2	60	215	299	162	239	9,3	9,4	5,3	5,8	6,5

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	36,4%	26,4%	27,7%	20,9%	30,7%	60	215	299	162	239	8,3 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,5 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 15 min.	29,0%	39,0%	37,4%	36,3%	34,9%	60	215	299	162	239	8,1 p.p.	4,2 p.p.	3,9 p.p.	5,0 p.p.	4,5 p.p.
Entre 15 a 30 min.	9,1%	16,4%	11,8%	19,1%	14,6%	60	215	299	162	239	6,4 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	12,3%	8,4%	11,8%	12,0%	7,4%	60	215	299	162	239	5,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	3,9 p.p.	2,7 p.p.
Entre 1 a 2 horas	6,2%	4,7%	8,3%	6,3%	6,5%	60	215	299	162	239	4,4 p.p.	1,9 p.p.	2,2 p.p.	2,3 p.p.	2,3 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,6%	1,8%	2,9%	4,6%	5,3%	60	215	299	162	239	4,2 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	1,7 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,6%	3,4%	0,1%	0,9%	0,6%	60	215	299	162	239	1,9 p.p.	1,2 p.p.	0,4 p.p.	0,8 p.p.	0,6 p.p.
Média min.	35,1	35,7	25,0	32,3	29,7	60	215	299	162	239	14,3	10,3	4,8	7,1	6,2

Tempo médio dedicado à utilização de motores de busca e serviços de comércio eletrónicoDias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede		9,6%	7,3%	7,8%	12,8%		323	375	230	249	3,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	2,4 p.p.	2,4 p.p.
Entre 1 a 15 min.	36,3%	21,7%	23,0%	24,4%	30,7%	69	323	375	230	249	6,9 p.p.	2,9 p.p.	2,8 p.p.	3,8 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	25,0%	22,0%	29,8%	22,3%	14,5%	69	323	375	230	249	6,3 p.p.	2,9 p.p.	3,0 p.p.	3,8 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	7,5%	21,4%	14,1%	18,5%	18,9%	69	323	375	230	249	5,7 p.p.	3,0 p.p.	2,7 p.p.	3,5 p.p.	3,6 p.p.
Entre 1 a 2 horas	24,3%	14,9%	15,6%	19,4%	13,2%	69	323	375	230	249	5,3 p.p.	2,7 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	6,8%	6,6%	8,0%	6,5%	8,6%	69	323	375	230	249	3,5 p.p.	2,1 p.p.	2,0 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas		3,8%	2,2%	1,0%	1,2%		323	375	230	249	2,4 p.p.	1,4 p.p.	1,0 p.p.	1,7 p.p.	1,3 p.p.
Média min.	48,1	62,9	56,9	51,4	50,5	69	323	375	230	249	15,5	9,2	8,1	13,9	10,8

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	6,4%	8,0%	3,7%	14,3%	8,3%	69	323	375	230	249	3,1 p.p.	1,8 p.p.	1,3 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Entre 1 a 15 min.	21,1%	29,7%	24,1%	21,3%	23,6%	69	323	375	230	249	6,6 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	3,3 p.p.	3,6 p.p.
Entre 15 a 30 min.	29,9%	17,0%	27,4%	26,8%	19,9%	69	323	375	230	249	6,5 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,6 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	12,7%	19,2%	20,8%	13,5%	29,6%	69	323	375	230	249	4,8 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.
Entre 1 a 2 horas	19,5%	13,5%	15,4%	16,7%	12,6%	69	323	375	230	249	5,8 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.	3,7 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	10,4%	9,6%	7,6%	7,5%	5,4%	69	323	375	230	249	4,8 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	3,0 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas		2,9%	1,0%		0,7%		323	375	230	249	2,1 p.p.	1,2 p.p.	0,8 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.
Média min.	53,6	62,0	52,2	44,4	45,9	69	323	375	230	249	17,1	8,6	7,1	14,6	9,9



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Fins-de-semana das 7 às 19 horas:															
Não acede	10,7%	12,0%	6,8%	8,2%	6,1%	69	323	375	230	249	4,8 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.
Entre 1 a 15 min.	30,6%	21,0%	23,1%	26,8%	23,9%	69	323	375	230	249	6,8 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,7 p.p.
Entre 15 a 30 min.	26,4%	21,6%	24,3%	30,4%	28,1%	69	323	375	230	249	6,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,8 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	11,6%	16,4%	19,2%	9,7%	21,1%	69	323	375	230	249	4,5 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.
Entre 1 a 2 horas	14,9%	17,4%	16,6%	15,1%	12,2%	69	323	375	230	249	5,6 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.	3,5 p.p.	3,1 p.p.
Entre 2 a 5 horas	5,9%	6,5%	6,7%	8,4%	7,4%	69	323	375	230	249	4,0 p.p.	2,1 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,4 p.p.
Entre 5 a 12 horas		5,1%	3,4%	1,4%	1,2%		323	375	230	249	2,9 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	39,3	69,1	62,1	51,9	50,5	69	323	375	230	249	19,8	8,7	9,7	14,3	13,5
Fins-de-semana das 19 às 7 horas:															
Não acede	14,1%	10,4%	7,2%	15,5%	12,3%	69	323	375	230	249	4,5 p.p.	2,0 p.p.	1,9 p.p.	2,9 p.p.	2,6 p.p.
Entre 1 a 15 min.	22,9%	24,4%	19,7%	23,1%	29,1%	69	323	375	230	249	6,6 p.p.	2,8 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.	3,8 p.p.
Entre 15 a 30 min.	24,2%	20,1%	26,0%	22,7%	17,3%	69	323	375	230	249	5,6 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.
Entre 30 min. a 1 hora	12,5%	15,7%	16,8%	11,8%	23,0%	69	323	375	230	249	4,9 p.p.	2,8 p.p.	2,5 p.p.	3,3 p.p.	3,5 p.p.
Entre 1 a 2 horas	12,7%	16,0%	18,5%	19,1%	10,1%	69	323	375	230	249	5,5 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,0 p.p.
Entre 2 a 5 horas	12,5%	9,8%	8,5%	6,4%	7,2%	69	323	375	230	249	5,3 p.p.	2,3 p.p.	1,9 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.
Entre 5 a 12 horas	1,2%	3,5%	3,2%	1,4%	1,0%	69	323	375	230	249	3,1 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
Média min.	56,5	66,5	66,1	50,0	46,0	69	323	375	230	249	21,8	9,4	8,9	16,7	14,1
Serviços VoIP pagos e gratuitos															
SKYPE - pago		4,1%	3,6%	5,7%	7,6%		176	197	128	151	2,3 p.p.	2,2 p.p.	1,8 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.
SKYPE - gratuito	94,7%	94,6%	93,6%	94,0%	91,4%	40	176	197	128	151	4,1 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,7 p.p.
SKYPE - NS/NR	5,3%	1,3%	2,9%	0,3%	1,0%	40	176	197	128	151	3,4 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,3 p.p.
SKYPEOUT - pago		33,1%	41,1%	71,1%	5,4%		7	13	3	11		34,9 p.p.	26,7 p.p.	51,3 p.p.	13,3 p.p.
SKYPEOUT - gratuito	100,0%	42,0%	46,7%	14,7%	94,6%	2	7	13	3	11	0,0 p.p.	36,6 p.p.	27,1 p.p.	40,1 p.p.	13,3 p.p.
SKYPEOUT - NS/NR		24,9%	12,2%	14,2%			7	13	3			32,0 p.p.	17,8 p.p.	39,5 p.p.	
FACETIME - pago		9,6%	5,3%	8,2%	2,2%		32	35	33	37		7,2 p.p.	3,5 p.p.	7,0 p.p.	3,7 p.p.
FACETIME - gratuito	84,7%	77,3%	88,1%	75,9%	91,7%	6	32	35	33	37	16,0 p.p.	9,8 p.p.	6,3 p.p.	12,4 p.p.	6,6 p.p.
FACETIME - NS/NR	15,3%	13,0%	6,6%	15,9%	6,1%	6	32	35	33	37	16,0 p.p.	7,5 p.p.	5,3 p.p.	11,1 p.p.	5,6 p.p.
VIBER - pago	1,1%		3,8%	8,9%	0,7%	15		86	54	61	2,6 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	4,1 p.p.	2,4 p.p.
VIBER - gratuito	75,9%	99,2%	93,6%	85,4%	96,1%	15	68	86	54	61	13,3 p.p.	4,6 p.p.	3,7 p.p.	5,8 p.p.	3,9 p.p.
VIBER - NS/NR	23,1%	0,8%	2,7%	5,7%	3,3%	15	68	86	54	61	13,1 p.p.	3,8 p.p.	2,9 p.p.	4,3 p.p.	3,1 p.p.
WHATSAPP - pago	0,7%	6,3%	5,7%	6,8%	1,5%	24	139	128	78	106	6,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	5,0 p.p.	2,2 p.p.
WHATSAPP - gratuito	89,3%	90,4%	89,9%	88,7%	91,7%	24	139	128	78	106	14,6 p.p.	4,5 p.p.	5,1 p.p.	6,2 p.p.	4,9 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	10,0%	3,3%	4,5%	4,5%	6,8%	24	139	128	78	106	13,6 p.p.	2,7 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	4,5 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - pago	0,4%	1,6%	0,8%	1,7%	3,8%	46	195	193	127	134	1,0 p.p.	1,8 p.p.	0,8 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	93,7%	96,5%	93,9%	96,8%	94,3%	46	195	193	127	134	5,1 p.p.	2,2 p.p.	2,6 p.p.	3,2 p.p.	2,6 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	5,9%	1,9%	5,2%	1,5%	1,9%	46	195	193	127	134	5,0 p.p.	1,3 p.p.	2,5 p.p.	2,5 p.p.	1,7 p.p.
HANGOUTS - pago	6,9%	0,5%		9,4%	8,6%	4	46		30	39	6,4 p.p.	5,1 p.p.	1,1 p.p.	4,6 p.p.	6,3 p.p.
HANGOUTS - gratuito	93,1%	86,1%	83,6%	90,6%	83,9%	4	46	49	30	39	14,0 p.p.	8,5 p.p.	7,3 p.p.	7,2 p.p.	8,4 p.p.
HANGOUTS - NS/NR		13,4%	16,4%		7,5%		46	49	30	39	12,7 p.p.	7,3 p.p.	7,2 p.p.	5,7 p.p.	6,1 p.p.
WECHAT - pago	100,0%	4,8%	10,2%	82,9%	45,9%	1	3	9	2	8	19,2 p.p.	17,1 p.p.	7,9 p.p.	34,5 p.p.	23,4 p.p.
WECHAT - gratuito		95,2%	89,8%	17,1%	30,3%		3	9	2	8	19,2 p.p.	25,7 p.p.	12,6 p.p.	30,1 p.p.	26,3 p.p.
WECHAT - NS/NR					23,9%					8		23,6 p.p.	10,2 p.p.	31,5 p.p.	26,3 p.p.
QQ - pago	100,0%	32,9%		82,9%		1	2		2		19,1 p.p.	31,9 p.p.		43,7 p.p.	
QQ - gratuito			100,0%	17,1%	50,4%			5	2	4	19,1 p.p.	36,7 p.p.	9,5 p.p.	43,2 p.p.	34,6 p.p.
QQ - NS/NR		67,1%			49,6%		2			4		34,5 p.p.	9,5 p.p.	29,5 p.p.	34,6 p.p.
LINE - pago	100,0%	5,7%		82,9%		1	4		2		19,1 p.p.	22,6 p.p.	6,1 p.p.	35,4 p.p.	15,5 p.p.
LINE - gratuito		94,3%	75,8%	17,1%	85,7%		4	8	2	6	19,1 p.p.	28,7 p.p.	21,6 p.p.	36,9 p.p.	27,2 p.p.
LINE - NS/NR			24,2%		14,3%			8		6		23,8 p.p.	21,3 p.p.	22,3 p.p.	24,8 p.p.
TANGO - pago		6,5%		70,7%			4		3			24,2 p.p.		51,5 p.p.	
TANGO - gratuito	100,0%	80,2%	100,0%	29,3%	35,0%	1	4	6	3	7	0,0 p.p.	39,1 p.p.	0,0 p.p.	51,5 p.p.	35,3 p.p.
TANGO - NS/NR		13,3%			65,0%		4			7		33,3 p.p.			35,3 p.p.
OUTRO - pago		43,9%	57,5%		31,2%		4	4		4	42,8 p.p.	38,9 p.p.	26,2 p.p.	16,7 p.p.	25,8 p.p.
OUTRO - gratuito	100,0%	56,1%		100,0%	68,8%	2	4		4	4	42,8 p.p.	38,9 p.p.	25,3 p.p.	16,7 p.p.	25,8 p.p.
OUTRO - NS/NR			42,5%					4					18,1 p.p.		



Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Sim	8,9%	5,9%	8,7%	6,6%	7,7%	55	256	284	189	207	4,1 p.p.	2,0 p.p.	2,2 p.p.	2,5 p.p.	3,0 p.p.
Não	70,3%	73,0%	72,7%	70,0%	65,4%	55	256	284	189	207	8,0 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
NS/NR	20,8%	21,1%	18,6%	23,4%	26,9%	55	256	284	189	207	7,3 p.p.	3,6 p.p.	3,4 p.p.	4,8 p.p.	4,5 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço VoIP mais utilizado

média	5,0	3,8	8,7	22,7	7,1	2	17	21	7	20	3,6	3,4	3,0	18,0	3,3
-------	-----	-----	-----	------	-----	---	----	----	---	----	-----	-----	-----	------	-----

Serviços de mensagens instantâneas pagos e gratuitos

WHATSAPP - pago		4,6%	5,2%	2,6%	3,0%		169	189	113	153		3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,8 p.p.	2,5 p.p.
WHATSAPP - gratuito	85,8%	95,2%	89,3%	95,6%	93,5%	26	169	189	113	153	11,2 p.p.	3,1 p.p.	4,0 p.p.	4,4 p.p.	3,6 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	14,2%	0,2%	5,5%	1,9%	3,5%	26	169	189	113	153	11,2 p.p.	0,6 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	2,7 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - pago		1,9%	3,0%	1,2%	0,7%		293	341	189	236	1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,6 p.p.	1,7 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - gratuito	93,1%	95,9%	92,0%	98,6%	97,0%	67	293	341	189	236	3,9 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	6,9%	2,1%	5,0%	0,2%	2,4%	67	293	341	189	236	3,6 p.p.	1,4 p.p.	1,6 p.p.	1,3 p.p.	1,9 p.p.
SKYPE - pago		1,7%	4,9%	1,7%	9,0%		118	158	91	125		2,3 p.p.	1,7 p.p.	2,4 p.p.	2,8 p.p.
SKYPE - gratuito	87,9%	96,7%	91,1%	98,3%	89,4%	22	118	158	91	125	5,0 p.p.	2,8 p.p.	2,6 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.
SKYPE - NS/NR	12,1%	1,7%	4,0%	1,6%	1,6%	22	118	158	91	125	5,0 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	1,0 p.p.
VIBER - pago			4,5%	5,0%	1,1%			66	43	50			3,2 p.p.	5,5 p.p.	2,3 p.p.
VIBER - gratuito	100,0%	98,2%	91,8%	92,5%	95,2%	11	63	66	43	50	17,7 p.p.	4,0 p.p.	5,5 p.p.	7,3 p.p.	4,8 p.p.
VIBER - NS/NR		1,8%	3,8%	2,5%	3,8%		63	66	43	50	17,7 p.p.	4,0 p.p.	4,6 p.p.	5,1 p.p.	4,2 p.p.
HANGOUTS - pago		2,4%		6,0%	3,2%		43		37	47		3,9 p.p.	1,2 p.p.	5,3 p.p.	3,0 p.p.
HANGOUTS - gratuito	100,0%	97,6%	91,9%	94,0%	96,8%	2	43	73	37	47	0,0 p.p.	5,9 p.p.	3,9 p.p.	5,3 p.p.	3,0 p.p.
HANGOUTS - NS/NR			8,1%					73				4,7 p.p.	3,7 p.p.		
WECHAT - pago				70,0%	26,1%				3	3				48,7 p.p.	24,7 p.p.
WECHAT - gratuito		100,0%	100,0%	30,0%	73,9%		1	2	3	3	0,0 p.p.	42,2 p.p.	18,3 p.p.	48,7 p.p.	42,3 p.p.
WECHAT - NS/NR												42,2 p.p.	18,3 p.p.		43,7 p.p.
LINE - pago				83,0%	47,6%				2	2					
LINE - gratuito		100,0%	100,0%	17,0%	52,4%		1	4	2	2					
LINE - NS/NR															
QQ - pago				100,0%	100,0%					1	1				
QQ - gratuito															
QQ - NS/NR															
TANGO - pago				100,0%	22,4%					1	4				
TANGO - gratuito		100,0%			77,6%		2				4				
TANGO - NS/NR															
OUTRO - pago				64,2%					3					54,3 p.p.	
OUTRO - gratuito		100,0%	100,0%	35,8%	100,0%		5	4	3	5	0,0 p.p.	13,5 p.p.	0,0 p.p.	54,3 p.p.	0,0 p.p.
OUTRO - NS/NR												13,5 p.p.			

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Sim	7,5%	4,2%	5,2%	4,9%	9,5%	65	324	364	233	288	2,6 p.p.	1,3 p.p.	1,6 p.p.	2,2 p.p.	2,3 p.p.
Não	69,5%	72,2%	75,5%	70,0%	63,4%	65	324	364	233	288	6,8 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
NS/NR	22,9%	23,6%	19,3%	25,1%	27,1%	65	324	364	233	288	6,5 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

média	6,6	6,0	4,2	22,5	4,7	3	14	19	9	25	5,5	2,8	1,1	17,4	1,7
-------	-----	-----	-----	------	-----	---	----	----	---	----	-----	-----	-----	------	-----



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços de audiovisual pagos e gratuitos

YOUTUBE - pago		2,5%	2,6%		1,1%		319	381		265		0,8 p.p.	0,9 p.p.	0,9 p.p.	0,7 p.p.
YOUTUBE - gratuito	100,0%	94,0%	95,4%	99,5%	97,3%	61	319	381	227	265	2,7 p.p.	1,4 p.p.	1,3 p.p.	1,0 p.p.	1,4 p.p.
YOUTUBE - NS/NR		3,5%	2,0%	0,5%	1,6%		319	381	227	265	2,7 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	1,3 p.p.
SPOTIFY - pago	8,1%	17,4%	13,6%	16,2%	6,0%	16	80	87	54	75	7,7 p.p.	4,3 p.p.	4,4 p.p.	6,6 p.p.	4,8 p.p.
SPOTIFY - gratuito	91,9%	81,8%	81,1%	82,9%	94,0%	16	80	87	54	75	7,7 p.p.	4,3 p.p.	4,8 p.p.	6,7 p.p.	5,0 p.p.
SPOTIFY - NS/NR		0,8%	5,3%	0,8%			80	87	54			0,9 p.p.	2,2 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.
VINE - pago		2,7%		20,8%			14		8			4,2 p.p.		12,4 p.p.	
VINE - gratuito	100,0%	95,2%	73,9%	75,7%	100,0%	3	14	9	8	10	0,0 p.p.	5,5 p.p.	12,8 p.p.	14,5 p.p.	5,1 p.p.
VINE - NS/NR		2,0%	26,1%	3,5%			14	9	8			3,6 p.p.	12,8 p.p.	8,4 p.p.	5,1 p.p.
VIMEO - pago				13,2%					32			1,5 p.p.	1,1 p.p.	5,1 p.p.	
VIMEO - gratuito	100,0%	90,3%	92,2%	80,2%	98,5%	5	39	51	32	42	6,3 p.p.	4,6 p.p.	3,8 p.p.	7,7 p.p.	2,5 p.p.
VIMEO - NS/NR		9,7%	7,8%	6,6%	1,5%		39	51	32	42	6,3 p.p.	4,4 p.p.	3,7 p.p.	6,1 p.p.	2,5 p.p.
APPLE MUSIC - pago		4,8%	4,7%	64,2%	16,0%		17	13	13	16		9,8 p.p.	11,7 p.p.	19,7 p.p.	11,2 p.p.
APPLE MUSIC - gratuito		78,6%	63,2%	26,3%	45,1%		17	13	13	16	0,0 p.p.	15,8 p.p.	17,0 p.p.	20,0 p.p.	15,6 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR		16,6%	32,1%	9,5%	38,9%		17	13	13	16		13,7 p.p.	16,2 p.p.	9,0 p.p.	13,9 p.p.
MEO MUSICA - pago		4,9%	4,4%	40,2%	8,2%		30	38	37	48		19,6 p.p.	6,3 p.p.	8,3 p.p.	12,6 p.p.
MEO MUSICA - gratuito	100,0%	85,8%	88,6%	56,3%	72,7%	6	30	38	37	48	23,9 p.p.	11,2 p.p.	9,7 p.p.	12,9 p.p.	10,7 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR		9,4%	7,1%	3,5%	19,2%		30	38	37	48	15,8 p.p.	10,0 p.p.	6,1 p.p.	5,0 p.p.	7,5 p.p.
RTP PLAY - pago			7,5%	1,5%				45	30				4,2 p.p.	2,1 p.p.	1,6 p.p.
RTP PLAY - gratuito	100,0%	100,0%	85,5%	86,3%	100,0%	5	36	45	30	41	0,0 p.p.	5,6 p.p.	7,0 p.p.	7,8 p.p.	1,6 p.p.
RTP PLAY - NS/NR			7,0%	12,2%				45	30			5,6 p.p.	5,9 p.p.	7,6 p.p.	
MEO GO - pago	48,8%	7,0%	5,2%	31,9%	11,2%	5	32	34	29	53	26,4 p.p.	6,7 p.p.	5,5 p.p.	11,3 p.p.	9,1 p.p.
MEO GO - gratuito	51,2%	88,0%	92,0%	67,0%	71,4%	5	32	34	29	53	26,4 p.p.	9,8 p.p.	9,5 p.p.	12,2 p.p.	9,9 p.p.
MEO GO - NS/NR		5,0%	2,9%	1,1%	17,4%		32	34	29	53		7,8 p.p.	8,3 p.p.	6,5 p.p.	6,0 p.p.
TVI PLAYER - pago			7,7%	1,2%				41	24				3,6 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.
TVI PLAYER - gratuito	100,0%	90,4%	84,9%	86,8%	100,0%	8	28	41	24	28	0,0 p.p.	6,0 p.p.	7,2 p.p.	8,7 p.p.	5,0 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR		9,6%	7,4%	12,0%			28	41	24			6,0 p.p.	6,4 p.p.	8,4 p.p.	4,2 p.p.
SOUNDCLOUD - pago	3,9%	1,2%		17,9%		6	23		16		6,6 p.p.	6,5 p.p.	5,6 p.p.	8,0 p.p.	
SOUNDCLOUD - gratuito	64,2%	86,9%	94,7%	79,8%	84,5%	6	23	22	16	20	18,8 p.p.	10,3 p.p.	7,5 p.p.	9,9 p.p.	9,8 p.p.
SOUNDCLOUD - NS/NR	31,9%	11,9%	5,3%	2,3%	15,5%	6	23	22	16	20	17,9 p.p.	8,6 p.p.	5,2 p.p.	6,2 p.p.	9,8 p.p.
METACAFE - pago				100,0%					1					35,9 p.p.	
METACAFE - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%		55,2%	1	5	3		4	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	37,0 p.p.	35,5 p.p.
METACAFE - NS/NR					44,8%					4				22,4 p.p.	35,5 p.p.
TIDAL - pago				100,0%					1						
TIDAL - gratuito															
TIDAL - NS/NR															
RHAPSODY - pago				100,0%					1						
RHAPSODY - gratuito					67,6%					2					
RHAPSODY - NS/NR			100,0%		32,4%			1		2					
OUTRO - pago			23,5%	22,0%	12,8%			10	6	9		12,4 p.p.	17,9 p.p.	22,7 p.p.	18,3 p.p.
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	76,5%	78,0%	87,2%	1	8	10	6	9	0,0 p.p.	12,4 p.p.	17,9 p.p.	22,7 p.p.	18,3 p.p.
OUTRO - NS/NR															

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

Sim	7,9%	9,1%	7,5%	10,9%	6,4%	65	312	375	228	264	2,8 p.p.	2,0 p.p.	2,1 p.p.	2,5 p.p.	2,3 p.p.
Não	68,4%	63,3%	68,9%	66,8%	63,3%	65	312	375	228	264	6,6 p.p.	3,5 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
NS/NR	23,7%	27,6%	23,6%	22,4%	30,3%	65	312	375	228	264	6,2 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de audiovisual mais utilizado

média	7,6	4,4	6,1	13,9	8,1	5	22	29	16	23	2,5	1,3	2,2	12,4	2,0
-------	-----	-----	-----	------	-----	---	----	----	----	----	-----	-----	-----	------	-----

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Redes sociais pagas e gratuitas

FACEBOOK - pago		3,5%	1,2%	2,7%	3,5%		325	353	223	239		1,5 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.
FACEBOOK - gratuito	100,0%	96,0%	97,2%	96,5%	95,1%	56	325	353	223	239	2,6 p.p.	1,3 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	2,0 p.p.	
FACEBOOK - NS/NR		0,5%	1,6%	0,9%	1,4%		325	353	223	239	2,2 p.p.	0,6 p.p.	1,0 p.p.	0,8 p.p.	1,2 p.p.	
INSTAGRAM - pago		2,4%	1,9%	0,4%	2,2%		135	140	76	91		1,8 p.p.	1,3 p.p.	1,5 p.p.	3,0 p.p.	
INSTAGRAM - gratuito	100,0%	97,5%	92,8%	96,6%	86,4%	19	135	140	76	91	0,0 p.p.	2,4 p.p.	2,6 p.p.	2,6 p.p.	5,2 p.p.	
INSTAGRAM - NS/NR		0,2%	5,3%	2,9%	11,4%		135	140	76	91		1,6 p.p.	2,3 p.p.	2,2 p.p.	4,4 p.p.	
LINKEDIN - pago		2,2%			6,8%		70			67		1,5 p.p.		1,1 p.p.	3,4 p.p.	
LINKEDIN - gratuito	82,7%	92,2%	99,3%	100,0%	92,3%	11	70	81	62	67	7,0 p.p.	3,1 p.p.	1,1 p.p.	2,9 p.p.	4,1 p.p.	
LINKEDIN - NS/NR	17,3%	5,6%	0,7%		0,8%	11	70	81		67	7,0 p.p.	2,7 p.p.	1,1 p.p.	2,7 p.p.	2,5 p.p.	
GOOGLE PLUS - pago			1,4%		2,2%			50		50	10,3 p.p.	2,8 p.p.	1,3 p.p.		3,3 p.p.	
GOOGLE PLUS - gratuito	90,5%	83,6%	97,9%	96,2%	67,5%	7	44	50	42	50	16,7 p.p.	5,5 p.p.	3,8 p.p.	3,9 p.p.	7,4 p.p.	
GOOGLE PLUS - NS/NR	9,5%	16,4%	0,6%	3,8%	30,3%	7	44	50	42	50	14,1 p.p.	4,8 p.p.	3,6 p.p.	3,9 p.p.	6,9 p.p.	
TWITTER - pago		2,1%	0,7%		5,4%		37	52		38		1,5 p.p.	1,0 p.p.		4,5 p.p.	
TWITTER - gratuito	100,0%	92,9%	97,2%	100,0%	90,2%	11	37	52	30	38	6,9 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	3,4 p.p.	5,9 p.p.	
TWITTER - NS/NR		5,0%	2,1%		4,4%		37	52		38	6,9 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.	4,1 p.p.	
PINTEREST - pago		7,8%	0,9%		2,9%		45	49		41		3,7 p.p.	1,1 p.p.	3,2 p.p.	3,5 p.p.	
PINTEREST - gratuito	100,0%	89,3%	95,0%	100,0%	89,2%	4	45	49	20	41	0,0 p.p.	5,8 p.p.	2,8 p.p.	3,2 p.p.	5,1 p.p.	
PINTEREST - NS/NR		2,9%	4,2%		7,9%		45	49		41		4,6 p.p.	2,5 p.p.		3,8 p.p.	
MYSFACE - pago					5,0%					7					7,9 p.p.	
MYSFACE - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	91,1%	1	3	11	4	7	0,0 p.p.	15,2 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	10,5 p.p.	
MYSFACE - NS/NR					3,9%					7		15,2 p.p.			7,1 p.p.	
FLIRCK - pago					7,0%					7					15,7 p.p.	
FLIRCK - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	87,4%	1	3	8	3	7	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	18,2 p.p.	
FLIRCK - NS/NR					5,6%					7					10,2 p.p.	
TUMBLR - pago		2,4%	8,7%		2,8%		16	21		16		2,8 p.p.	5,1 p.p.		3,0 p.p.	
TUMBLR - gratuito	100,0%	95,5%	87,9%	100,0%	94,9%	3	16	21	12	16	0,0 p.p.	7,4 p.p.	6,0 p.p.	0,0 p.p.	4,0 p.p.	
TUMBLR - NS/NR		2,1%	3,4%		2,2%		16	21		16		6,9 p.p.	3,3 p.p.		2,7 p.p.	
OUTRO - pago					82,9%					2					51,3 p.p.	
OUTRO - gratuito		100,0%	100,0%	100,0%	17,1%		1	4	1	2	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	51,3 p.p.	
OUTRO - NS/NR																

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

Sim	13,0%	5,4%	4,7%	5,6%	5,3%	57	325	351	225	237	3,6 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	2,0 p.p.	2,5 p.p.
Não	65,3%	72,0%	70,2%	69,7%	75,6%	57	325	351	225	237	6,9 p.p.	3,3 p.p.	3,2 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.
NS/NR	21,8%	22,7%	25,1%	24,7%	19,0%	57	325	351	225	237	6,4 p.p.	3,1 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,4 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização da rede social mais utilizada

média	4,6	4,3	12,0	5,0	5,3	3	15	18	8	19	0,8	1,3	10,3	1,2	6,9
-------	-----	-----	------	-----	-----	---	----	----	---	----	-----	-----	------	-----	-----

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros pagos e gratuitos

DROPBOX - pago		0,4%	3,6%	1,3%	0,5%		127	199	101	164		2,3 p.p.	0,9 p.p.	1,7 p.p.	1,2 p.p.	0,7 p.p.
DROPBOX - gratuito	89,7%	96,3%	91,5%	98,7%	99,1%	33	127	199	101	164		7,4 p.p.	2,1 p.p.	2,2 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.
DROPBOX - NS/NR	10,3%	3,3%	5,0%		0,3%	33	127	199		164		7,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.	1,4 p.p.	0,8 p.p.
GOOGLE DRIVE - pago		2,3%	2,6%	0,5%	0,6%		116	162	92	143		3,8 p.p.	1,3 p.p.	1,7 p.p.	0,9 p.p.	0,8 p.p.
GOOGLE DRIVE - gratuito	79,0%	95,0%	91,3%	99,5%	96,7%	29	116	162	92	143		8,9 p.p.	2,6 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.	1,6 p.p.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	21,0%	2,7%	6,1%		2,7%	29	116	162		143		8,3 p.p.	2,3 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	1,4 p.p.
ONEDRIVE - pago		2,6%	0,5%	2,6%			55	84	47				2,3 p.p.	3,0 p.p.	2,1 p.p.	2,8 p.p.
ONEDRIVE - gratuito	79,7%	93,8%	97,5%	97,4%	96,0%	16	55	84	47	49		11,7 p.p.	4,1 p.p.	3,7 p.p.	4,5 p.p.	3,8 p.p.
ONEDRIVE - NS/NR	20,3%	3,6%	2,0%		4,0%	16	55	84		49		11,7 p.p.	3,4 p.p.	2,2 p.p.	4,1 p.p.	2,7 p.p.
ICLOUD - pago		1,2%	3,5%	4,4%	7,7%		40	47	37	56			2,7 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.	5,2 p.p.
ICLOUD - gratuito	93,0%	97,9%	87,3%	86,4%	89,9%	6	40	47	37	56		9,9 p.p.	4,1 p.p.	5,8 p.p.	8,7 p.p.	6,6 p.p.
ICLOUD - NS/NR	7,0%	0,9%	9,2%	9,2%	2,4%	6	40	47	37	56		9,9 p.p.	3,2 p.p.	4,0 p.p.	7,8 p.p.	4,4 p.p.
MEO CLOUD - pago		5,0%	3,8%	3,8%	6,6%		50	27	47				2,0 p.p.	5,3 p.p.	3,6 p.p.	4,9 p.p.
MEO CLOUD - gratuito	100,0%	98,3%	89,6%	96,2%	93,4%	8	27	50	27	47		0,0 p.p.	5,3 p.p.	6,7 p.p.	3,6 p.p.	5,3 p.p.
MEO CLOUD - NS/NR		1,7%	5,5%				27	50					5,0 p.p.	4,5 p.p.		2,2 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - pago													34,9 p.p.			
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	100,0%	87,7%	97,2%	100,0%	96,6%	2	17	24	15	16		37,0 p.p.	10,2 p.p.	4,4 p.p.	0,0 p.p.	5,2 p.p.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR		12,3%	2,8%		3,4%		17	24		16		25,8 p.p.	10,2 p.p.	4,4 p.p.		5,2 p.p.
OFFICE 365 - pago		3,3%	8,2%	10,6%	41,1%		22	42	23	23		16,1 p.p.	8,7 p.p.	5,9 p.p.	11,5 p.p.	11,9 p.p.
OFFICE 365 - gratuito	100,0%	94,6%	90,9%	80,3%	50,7%	6	22	42	23	23		16,1 p.p.	10,0 p.p.	7,1 p.p.	14,4 p.p.	12,1 p.p.
OFFICE 365 - NS/NR		2,1%	0,8%	9,2%	8,3%		22	42	23	23			5,7 p.p.	4,3 p.p.	10,6 p.p.	4,4 p.p.
TEAM VIEWER - pago		0,6%		4,0%			27		22				2,9 p.p.	4,0 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.
TEAM VIEWER - gratuito	80,3%	99,4%	98,2%	93,7%	100,0%	7	27	27	22	25		24,2 p.p.	3,8 p.p.	4,9 p.p.	4,5 p.p.	3,3 p.p.
TEAM VIEWER - NS/NR	19,7%		1,8%	2,3%		7		27	22			24,2 p.p.	2,4 p.p.	2,9 p.p.	2,7 p.p.	
SALESFORCE - pago					65,3%					3						
SALESFORCE - gratuito			100,0%	100,0%	34,7%			1	1	3						
SALESFORCE - NS/NR																
OUTRO - pago														22,0 p.p.	14,9 p.p.	15,4 p.p.
OUTRO - gratuito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	2	1	7	3	4		43,7 p.p.	0,0 p.p.	22,0 p.p.	14,9 p.p.	15,4 p.p.
OUTRO - NS/NR												43,7 p.p.				

Disponibilidade em pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

Sim	4,5%	5,8%	10,5%	10,2%	7,6%	54	206	281	155	229		3,2 p.p.	2,2 p.p.	2,4 p.p.	3,5 p.p.	2,7 p.p.
Não	74,9%	67,5%	65,7%	67,1%	60,7%	54	206	281	155	229		8,5 p.p.	4,1 p.p.	3,9 p.p.	5,2 p.p.	4,6 p.p.
NS/NR	20,6%	26,8%	23,8%	22,8%	31,7%	54	206	281	155	229		8,2 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente pela utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado

média	8,8	7,4	5,9	27,5	8,4	3	13	25	14	15		2,3	1,6	1,8	15,4	3,1
-------	-----	-----	-----	------	-----	---	----	----	----	----	--	-----	-----	-----	------	-----



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

SKYPE - tráfego de dados tráfego de dad	10,7%	26,2%	25,4%	39,6%	16,7%	24	102	129	79	93	11,0 p.p.	7,6 p.p.	6,9 p.p.	9,4 p.p.	6,9 p.p.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	54,8%	52,3%	57,8%	43,6%	50,3%	24	102	129	79	93	17,2 p.p.	8,6 p.p.	7,5 p.p.	9,4 p.p.	9,1 p.p.
SKYPE - NS/NR	34,5%	21,5%	16,7%	16,8%	32,9%	24	102	129	79	93	15,9 p.p.	7,2 p.p.	5,6 p.p.	7,7 p.p.	8,5 p.p.
SKYPEOUT - tráfego de dados tráfego de		12,3%	30,0%	71,1%	12,0%		5	10	3	8		28,8 p.p.	28,4 p.p.	51,3 p.p.	22,5 p.p.
SKYPEOUT - tráfego de dados não gratui	100,0%	76,1%	44,1%	14,7%	88,0%	1	5	10	3	8	0,0 p.p.	37,4 p.p.	30,8 p.p.	40,1 p.p.	22,5 p.p.
SKYPEOUT - NS/NR		11,6%	25,9%	14,2%			5	10	3			28,1 p.p.	27,2 p.p.	39,5 p.p.	
FACETIME - tráfego de dados tráfego de		29,2%	9,3%	30,9%	13,1%		23	26	24	27		15,7 p.p.	14,2 p.p.	16,8 p.p.	11,9 p.p.
FACETIME - tráfego de dados não gratui	83,3%	44,4%	75,7%	31,5%	64,2%	5	23	26	24	27	26,1 p.p.	18,5 p.p.	15,6 p.p.	18,4 p.p.	15,7 p.p.
FACETIME - NS/NR	16,7%	26,4%	15,1%	37,6%	22,7%	5	23	26	24	27	26,1 p.p.	15,5 p.p.	10,2 p.p.	17,8 p.p.	12,9 p.p.
VIBER - tráfego de dados tráfego de dad		33,5%	15,0%	21,6%	21,1%		48	59	34	41		12,3 p.p.	9,7 p.p.	11,9 p.p.	11,4 p.p.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	64,4%	56,4%	69,1%	57,6%	57,4%	8	48	59	34	41	27,2 p.p.	13,0 p.p.	11,6 p.p.	15,4 p.p.	14,0 p.p.
VIBER - NS/NR	35,6%	10,1%	15,9%	20,8%	21,5%	8	48	59	34	41	27,2 p.p.	7,5 p.p.	9,5 p.p.	13,8 p.p.	11,8 p.p.
WHATSAPP - tráfego de dados tráfego d	16,6%	29,2%	28,4%	27,4%	21,9%	14	96	90	51	73	19,5 p.p.	9,0 p.p.	9,2 p.p.	12,3 p.p.	9,3 p.p.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratu	59,7%	56,5%	56,5%	61,3%	56,4%	14	96	90	51	73	25,7 p.p.	9,8 p.p.	10,1 p.p.	13,3 p.p.	11,3 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	23,7%	14,3%	15,1%	11,3%	21,7%	14	96	90	51	73	22,3 p.p.	6,9 p.p.	7,3 p.p.	8,5 p.p.	9,7 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	29,8%	26,0%	28,2%	18,7%	15,3%	25	118	134	82	90	17,2 p.p.	7,3 p.p.	7,1 p.p.	8,4 p.p.	7,9 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de da	47,6%	58,3%	49,9%	58,1%	51,7%	25	118	134	82	90	18,5 p.p.	8,1 p.p.	7,5 p.p.	9,6 p.p.	9,6 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	22,6%	15,7%	21,8%	23,2%	33,0%	25	118	134	82	90	14,4 p.p.	5,9 p.p.	5,6 p.p.	7,8 p.p.	8,8 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados tráfego d		26,1%	22,8%	22,8%	20,1%		33	35	20	27		13,3 p.p.	14,4 p.p.	19,1 p.p.	14,7 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratu		31,6%	38,9%	73,9%	49,9%		33	35	20	27	36,3 p.p.	15,7 p.p.	13,5 p.p.	19,2 p.p.	17,3 p.p.
HANGOUTS - NS/NR	100,0%	42,3%	38,3%	3,3%	30,0%	2	33	35	20	27	36,3 p.p.	15,2 p.p.	13,0 p.p.	8,8 p.p.	15,6 p.p.
WECHAT - tráfego de dados tráfego de d			33,0%	82,9%	61,2%			8	2	7		37,8 p.p.	26,0 p.p.	38,5 p.p.	29,8 p.p.
WECHAT - tráfego de dados não gratuit	100,0%		33,6%	17,1%	38,8%			8	2	7	0,0 p.p.	37,8 p.p.	18,2 p.p.	38,5 p.p.	27,5 p.p.
WECHAT - NS/NR			33,4%					8					25,8 p.p.		18,0 p.p.
QQ - tráfego de dados tráfego de dados			35,7%	82,9%				5	2				31,0 p.p.	48,9 p.p.	39,6 p.p.
QQ - tráfego de dados não gratuito		32,9%	44,3%	17,1%	100,0%		2	5	2	3	0,0 p.p.	38,4 p.p.	16,1 p.p.	48,9 p.p.	39,6 p.p.
QQ - NS/NR		67,1%	20,0%				2	5					38,4 p.p.	30,7 p.p.	
LINE - tráfego de dados tráfego de dado			39,6%	82,9%				8	2				26,1 p.p.	43,5 p.p.	23,2 p.p.
LINE - tráfego de dados não gratuito		86,5%	12,1%	17,1%	100,0%		3	8	2	5	0,0 p.p.	32,5 p.p.	14,0 p.p.	43,5 p.p.	23,2 p.p.
LINE - NS/NR		13,5%	48,4%				3	8					32,5 p.p.	26,1 p.p.	
TANGO - tráfego de dados tráfego de da		48,7%	47,9%	70,7%	52,9%		4	6	3	6					
TANGO - tráfego de dados não gratuito		6,5%	35,9%	29,3%	19,2%		4	6	3	6					
TANGO - NS/NR		44,8%	16,2%		27,9%		4	6		6					
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da				45,3%					3						
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	49,0%	100,0%	100,0%	30,9%	79,4%	2	2	1	3	3					
OUTRO - NS/NR	51,0%			23,8%	20,6%	2			3	3					

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços de mensagens instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	26,7%	27,0%	31,8%	25,2%	28,3%	17	115	148	81	113	20,3 p.p.	8,0 p.p.	7,4 p.p.	9,4 p.p.	8,2 p.p.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratu	60,2%	57,6%	58,6%	60,0%	54,8%	17	115	148	81	113	22,8 p.p.	8,9 p.p.	7,9 p.p.	10,5 p.p.	9,1 p.p.
WHATSAPP - NS/NR	13,1%	15,3%	9,6%	14,8%	16,9%	17	115	148	81	113	16,7 p.p.	6,4 p.p.	5,0 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dac	33,7%	22,0%	29,3%	31,2%	39,3%	36	184	216	122	151	12,7 p.p.	5,5 p.p.	5,4 p.p.	7,6 p.p.	7,1 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dar	53,4%	58,0%	58,3%	50,0%	41,4%	36	184	216	122	151	13,8 p.p.	6,4 p.p.	5,8 p.p.	7,8 p.p.	7,2 p.p.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	12,8%	20,1%	12,5%	18,8%	19,3%	36	184	216	122	151	10,3 p.p.	5,1 p.p.	4,1 p.p.	6,6 p.p.	6,1 p.p.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	26,7%	21,7%	28,6%	48,1%	44,8%	12	71	108	51	76	20,0 p.p.	8,7 p.p.	7,6 p.p.	11,2 p.p.	9,8 p.p.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	41,9%	62,2%	57,8%	47,6%	35,8%	12	71	108	51	76	22,4 p.p.	9,6 p.p.	8,2 p.p.	11,0 p.p.	9,6 p.p.
SKYPE - NS/NR	31,4%	16,1%	13,6%	4,3%	19,4%	12	71	108	51	76	20,1 p.p.	7,3 p.p.	5,7 p.p.	7,5 p.p.	7,6 p.p.
VIBER - tráfego de dados gratuito		21,6%	21,1%	19,2%	32,5%		38	53	29	31		12,1 p.p.	11,0 p.p.	13,2 p.p.	14,0 p.p.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	100,0%	62,1%	58,5%	61,3%	55,2%	6	38	53	29	31	35,0 p.p.	13,4 p.p.	12,4 p.p.	16,9 p.p.	15,9 p.p.
VIBER - NS/NR		16,3%	20,4%	19,5%	12,4%		38	53	29	31	35,0 p.p.	9,7 p.p.	9,1 p.p.	14,7 p.p.	11,9 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	100,0%	23,7%	26,8%	30,9%	13,0%	1	29	54	28	28	42,9 p.p.	14,5 p.p.	10,2 p.p.	17,0 p.p.	11,9 p.p.
HANGOUTS - tráfego de dados não grati		54,6%	58,8%	65,6%	66,4%		29	54	28	28	46,1 p.p.	15,8 p.p.	11,4 p.p.	17,2 p.p.	16,0 p.p.
HANGOUTS - NS/NR		21,7%	14,4%	3,5%	20,7%		29	54	28	28	48,2 p.p.	14,0 p.p.	7,4 p.p.	6,9 p.p.	13,2 p.p.
WECHAT - tráfego de dados gratuito				84,6%	26,1%				3	3					
WECHAT - tráfego de dados não gratuit			100,0%	15,4%	28,7%			2	3	3					
WECHAT - NS/NR		100,0%			45,2%		1			3					
LINE - tráfego de dados gratuito				83,0%	100,0%				2	1					
LINE - tráfego de dados não gratuito		100,0%	13,8%	17,0%			1	4	2						
LINE - NS/NR			86,2%					4							
QQ - tráfego de dados gratuito				100,0%	100,0%				1	1					
QQ - tráfego de dados não gratuito															
QQ - NS/NR															
TANGO - tráfego de dados gratuito		100,0%		100,0%	22,4%		2		1	4					
TANGO - tráfego de dados não gratuito					77,6%					4					
TANGO - NS/NR															
OUTRO - tráfego de dados gratuito		10,4%			13,2%		4			5		36,4 p.p.			15,9 p.p.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito		26,4%	100,0%	100,0%	72,8%		4	4	2	5		28,1 p.p.	0,0 p.p.	0,0 p.p.	22,1 p.p.
OUTRO - NS/NR		63,2%			14,0%		4			5		36,5 p.p.			16,3 p.p.



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Serviços de audiovisual de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

YOUTUBE - tráfego de dados tráfego de d	6,6%	14,9%	16,5%	18,7%	19,9%	32	184	242	147	169	9,8 p.p.	5,1 p.p.	4,6 p.p.	6,3 p.p.	5,8 p.p.
YOUTUBE - tráfego de dados não gratuit	83,7%	68,8%	72,8%	65,9%	66,8%	32	184	242	147	169	12,6 p.p.	6,1 p.p.	5,2 p.p.	7,2 p.p.	6,6 p.p.
YOUTUBE - NS/NR	9,7%	16,3%	10,7%	15,4%	13,2%	32	184	242	147	169	9,5 p.p.	4,5 p.p.	3,5 p.p.	5,6 p.p.	4,8 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados tráfego de d	33,7%	14,3%	19,4%	11,9%	16,6%	10	48	64	39	59	26,7 p.p.	11,6 p.p.	8,9 p.p.	9,9 p.p.	9,8 p.p.
SPOTIFY - tráfego de dados não gratuito	57,8%	83,9%	77,5%	74,8%	79,2%	10	48	64	39	59	28,3 p.p.	11,7 p.p.	9,5 p.p.	12,6 p.p.	10,6 p.p.
SPOTIFY - NS/NR	8,5%	1,8%	3,1%	13,3%	4,2%	10	48	64	39	59	15,2 p.p.	2,9 p.p.	4,9 p.p.	9,8 p.p.	5,5 p.p.
VINE - tráfego de dados tráfego de dado				36,9%	22,3%				8	10		15,5 p.p.		29,3 p.p.	20,3 p.p.
VINE - tráfego de dados não gratuito	100,0%	57,1%	100,0%	63,1%	77,7%	2	8	6	8	10	0,0 p.p.	28,1 p.p.	13,1 p.p.	29,5 p.p.	22,0 p.p.
VINE - NS/NR		42,9%					8					26,3 p.p.	13,1 p.p.	11,9 p.p.	10,5 p.p.
VIMEO - tráfego de dados tráfego de da	9,5%	1,9%	10,3%	19,0%	18,4%	4	22	32	15	29	22,2 p.p.	8,9 p.p.	10,1 p.p.	15,6 p.p.	12,7 p.p.
VIMEO - tráfego de dados não gratuito	90,5%	72,0%	86,3%	49,6%	69,3%	4	22	32	15	29	22,2 p.p.	15,2 p.p.	12,6 p.p.	18,5 p.p.	15,0 p.p.
VIMEO - NS/NR		26,1%	3,4%	31,4%	12,3%				15	29		13,6 p.p.	9,1 p.p.	16,5 p.p.	10,8 p.p.
APPLE MUSIC - tráfego de dados tráfego		19,3%	47,5%	35,4%	29,5%		8	9	7	13		28,3 p.p.	23,8 p.p.	27,6 p.p.	20,6 p.p.
APPLE MUSIC - tráfego de dados não gra		75,1%	8,1%	15,6%	28,4%		8	9	7	13		29,4 p.p.	13,2 p.p.	25,6 p.p.	22,5 p.p.
APPLE MUSIC - NS/NR		5,6%	44,4%	49,1%	42,1%		8	9	7	13		13,0 p.p.	22,2 p.p.	29,2 p.p.	21,8 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados tráfego	68,5%	57,6%	73,1%	57,5%	55,6%	4	21	31	25	37	42,0 p.p.	16,5 p.p.	12,5 p.p.	17,9 p.p.	14,6 p.p.
MEO MUSICA - tráfego de dados não gra	31,5%	37,6%	21,4%	30,8%	32,2%	4	21	31	25	37	40,0 p.p.	15,9 p.p.	11,7 p.p.	16,7 p.p.	13,6 p.p.
MEO MUSICA - NS/NR		4,8%	5,5%	11,7%	12,3%		21	31	25	37	21,0 p.p.	6,4 p.p.	5,4 p.p.	14,0 p.p.	9,7 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados tráfego de c		19,2%	13,2%	33,1%	11,2%		21	29	17	24		15,7 p.p.	13,4 p.p.	18,4 p.p.	13,3 p.p.
RTP PLAY - tráfego de dados não gratuit	100,0%	80,8%	76,3%	50,4%	54,9%	2	21	29	17	24	0,0 p.p.	15,8 p.p.	15,2 p.p.	20,6 p.p.	17,9 p.p.
RTP PLAY - NS/NR		10,6%	16,5%	33,9%				29	17	24		4,2 p.p.	11,5 p.p.	15,2 p.p.	16,8 p.p.
MEO GO - tráfego de dados tráfego de d		55,9%	47,4%	64,5%	55,4%		18	27	20	43		19,9 p.p.	16,0 p.p.	18,4 p.p.	13,7 p.p.
MEO GO - tráfego de dados não gratuito	68,4%	38,6%	45,4%	27,9%	27,5%	4	18	27	20	43	41,4 p.p.	19,8 p.p.	16,3 p.p.	17,0 p.p.	12,5 p.p.
MEO GO - NS/NR	31,6%	5,5%	7,1%	7,6%	17,1%	4	18	27	20	43	41,4 p.p.	7,4 p.p.	7,6 p.p.	10,5 p.p.	10,5 p.p.
TVI PLAYER - tráfego de dados tráfego de	8,7%	7,7%	7,6%	57,5%	17,1%	5	15	27	13	22	21,3 p.p.	16,9 p.p.	14,0 p.p.	23,0 p.p.	15,3 p.p.
TVI PLAYER - tráfego de dados não gratu	91,3%	72,4%	62,5%	22,2%	48,4%	5	15	27	13	22	21,3 p.p.	18,9 p.p.	15,0 p.p.	20,3 p.p.	18,4 p.p.
TVI PLAYER - NS/NR		19,9%	29,9%	20,3%	34,5%		15	27	13	22		12,6 p.p.	14,1 p.p.	18,0 p.p.	17,4 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados tráfego	20,3%	10,1%	16,2%	33,9%		3		15	14	17	45,5 p.p.	15,8 p.p.	16,9 p.p.	15,3 p.p.	20,8 p.p.
SOUNDCLOUD - tráfego de dados não gr	79,7%	61,2%	59,5%	65,2%	57,7%	3	16	15	14	17	45,5 p.p.	20,1 p.p.	20,7 p.p.	21,3 p.p.	21,9 p.p.
SOUNDCLOUD - NS/NR		38,8%	30,4%	18,5%	8,5%		16	15	14	17		17,1 p.p.	17,5 p.p.	17,7 p.p.	12,1 p.p.
METACAFE - tráfego de dados tráfego de				100,0%	74,4%				1	3					
METACAFE - tráfego de dados não gratu		51,9%			25,6%		3			3					
METACAFE - NS/NR		48,1%					3								
TIDAL - tráfego de dados tráfego de dad				100,0%					1						
TIDAL - tráfego de dados não gratuito															
TIDAL - NS/NR															
RHAPSODY - tráfego de dados tráfego de				100,0%					1						
RHAPSODY - tráfego de dados não gratu					100,0%					2					
RHAPSODY - NS/NR			100,0%					1							
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da				18,6%	9,1%				5	6				32,6 p.p.	20,4 p.p.
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	100,0%	100,0%	92,7%	81,4%	84,2%	1	6	9	5	6	0,0 p.p.	0,0 p.p.	17,0 p.p.	32,6 p.p.	26,0 p.p.
OUTRO - NS/NR			7,3%		6,8%			9		6			17,0 p.p.		17,8 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros



Serviços de partilha e armazenamento de ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

DROPBOX - tráfego de dados tráfego de	22,7%	16,7%	19,9%	27,9%	23,8%	23	93	148	64	98	17,2 p.p.	6,9 p.p.	5,9 p.p.	9,2 p.p.	7,6 p.p.	
DROPBOX - tráfego de dados não gratuit	53,6%	64,4%	68,6%	47,3%	58,2%	23	93	148	64	98	18,8 p.p.	8,4 p.p.	6,9 p.p.	10,6 p.p.	8,8 p.p.	
DROPBOX - NS/NR	23,7%	18,9%	11,5%	24,8%	18,0%	23	93	148	64	98	15,8 p.p.	6,6 p.p.	4,9 p.p.	9,0 p.p.	7,1 p.p.	
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados tráfeg	15,1%	21,9%	16,3%	20,0%	28,3%	20	81	116	50	85	14,8 p.p.	8,3 p.p.	6,4 p.p.	8,9 p.p.	8,6 p.p.	
GOOGLE DRIVE - tráfego de dados não g	56,8%	67,4%	71,3%	68,3%	53,6%	20	81	116	50	85	20,0 p.p.	9,1 p.p.	7,6 p.p.	10,9 p.p.	9,5 p.p.	
GOOGLE DRIVE - NS/NR	28,1%	10,8%	12,4%	11,7%	18,1%	20	81	116	50	85	18,4 p.p.	5,5 p.p.	5,5 p.p.	8,1 p.p.	7,4 p.p.	
ONEDRIVE - tráfego de dados tráfego de	40,5%	30,2%	28,3%	8,3%	24,2%	14	37	59	34	34	24,7 p.p.	12,9 p.p.	9,7 p.p.	10,5 p.p.	12,5 p.p.	
ONEDRIVE - tráfego de dados não gratui	35,7%	58,4%	60,3%	83,0%	55,4%	14	37	59	34	34	24,1 p.p.	14,0 p.p.	11,0 p.p.	12,5 p.p.	14,6 p.p.	
ONEDRIVE - NS/NR	23,8%	11,4%	11,4%	8,7%	20,4%	14	37	59	34	34	22,3 p.p.	10,1 p.p.	7,7 p.p.	8,2 p.p.	12,6 p.p.	
ICLOUD - tráfego de dados tráfego de da		35,2%	28,7%	14,0%	11,8%		30	34	25	41		15,8 p.p.	14,7 p.p.	12,3 p.p.	9,4 p.p.	
ICLOUD - tráfego de dados não gratuito	52,9%	54,7%	46,0%	50,6%	50,2%	3	30	34	25	41	56,5 p.p.	16,1 p.p.	15,2 p.p.	17,9 p.p.	14,1 p.p.	
ICLOUD - NS/NR	47,1%	10,0%	25,3%	35,4%	38,0%	3	30	34	25	41	56,5 p.p.	9,3 p.p.	11,7 p.p.	17,3 p.p.	13,8 p.p.	
MEO CLOUD - tráfego de dados tráfego (11,1%	34,6%	50,1%	31,3%		20	40	18	31		31,4 p.p.	15,6 p.p.	14,1 p.p.	20,0 p.p.	14,6 p.p.
MEO CLOUD - tráfego de dados não grat	71,1%	84,4%	46,5%	42,5%	43,6%	7	20	40	18	31	32,5 p.p.	17,7 p.p.	13,7 p.p.	20,4 p.p.	15,3 p.p.	
MEO CLOUD - NS/NR	28,9%	4,6%	18,8%	7,4%	25,2%	7	20	40	18	31	25,3 p.p.	11,0 p.p.	10,8 p.p.	9,3 p.p.	14,3 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados		16,9%	6,4%	23,4%	33,1%		14	15	8	7		16,4 p.p.	10,0 p.p.	29,3 p.p.	29,6 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - tráfego de dados	100,0%	64,0%	93,6%	76,6%	59,3%	1	14	15	8	7	61,4 p.p.	24,5 p.p.	12,2 p.p.	29,3 p.p.	31,2 p.p.	
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR		19,1%		7,6%			14			7	61,4 p.p.	23,2 p.p.	7,5 p.p.		16,2 p.p.	
OFFICE 365 - tráfego de dados tráfego de	72,0%	20,2%	20,6%	9,2%	34,7%	3	17	32	17	14	40,3 p.p.	16,7 p.p.	12,1 p.p.	15,2 p.p.	20,2 p.p.	
OFFICE 365 - tráfego de dados não gratu	28,0%	65,2%	55,5%	84,5%	48,7%	3	17	32	17	14	40,3 p.p.	18,1 p.p.	15,4 p.p.	20,7 p.p.	21,2 p.p.	
OFFICE 365 - NS/NR		14,5%	23,9%	6,3%	16,6%		17	32	17	14		15,8 p.p.	13,8 p.p.	18,0 p.p.	18,1 p.p.	
TEAM VIEWER - tráfego de dados tráfeg		17,5%	15,4%		32,2%		20	23		15		15,8 p.p.	13,6 p.p.		19,7 p.p.	
TEAM VIEWER - tráfego de dados não gr	36,7%	64,3%	69,8%	74,7%	64,9%	4	20	23	10	15	41,6 p.p.	19,9 p.p.	17,0 p.p.	22,7 p.p.	21,4 p.p.	
TEAM VIEWER - NS/NR	63,3%	18,2%	14,8%	25,3%	2,9%	4	20	23	10	15	41,6 p.p.	17,4 p.p.	14,8 p.p.	22,7 p.p.	17,4 p.p.	
SALESFORCE - tráfego de dados tráfego (
SALESFORCE - tráfego de dados não grat			100,0%	100,0%				1	1							
SALESFORCE - NS/NR					100,0%					2						
OUTRO - tráfego de dados tráfego de da				85,0%					3							
OUTRO - tráfego de dados não gratuito	100,0%		100,0%	15,0%	100,0%	2		6	3	4						
OUTRO - NS/NR																

4.2.3 Percepção do Consumidor sobre as entidades prestadoras de serviços - OTT's e operadores

Satisfação com o operador de Internet fixa

MEO	6,8	7,6	7,6	7,3	7,7	54	231	244	166	213	0,5	0,2	0,2	0,3	0,3
NOS	6,9	7,7	7,9	7,6	7,8	39	175	243	152	179	0,5	0,2	0,2	0,3	0,2
Vodafone	8,6	8,1	8,3	8,5	8,3	24	116	129	66	61	0,5	0,3	0,2	0,4	0,3
Cabovisão	8,1	7,3	7,7	7,2	6,8	4	29	37	15	22	1,2	0,9	0,5	1,2	0,8
Outro				9,0	4,0				1	1					

Satisfação com o operador de Internet móvel

MEO	7,1	7,5	7,6	7,7	7,3	27	164	168	101	141	1,0	0,3	0,3	0,3	0,5
NOS	7,9	7,8	7,2	7,3	8,1	12	85	124	80	87	1,0	0,4	0,4	0,4	0,3
Vodafone	6,9	7,5	8,2	8,5	7,7	23	100	134	75	96	0,9	0,5	0,3	0,3	0,5
Moche	6,1	8,5	6,9	7,1	9,0	3	4	5	6	3	1,0	2,2	2,8	2,4	0,0
Yorn	8,5	7,0	7,6	7,0	8,3	5	19	22	10	5	0,8	1,2	1,0	1,5	1,6
Lycamobile					6,0					1					
Continente Mobile															
UZO		8,0	7,0	4,0			1	1	1						
Phone-ix															
Outro	9,0	7,8	7,3	7,1	8,2	2	6	6	2	5	1,4	1,1	3,0	1,9	1,1



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de satisfação com o operador de Internet fixa															
Adequação dos tarifários	48,9%	44,8%	56,2%	53,8%	46,0%	43	214	243	143	183	10,0 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	28,0%	31,8%	29,3%	38,8%	24,1%	43	214	243	143	183	9,2 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.	5,8 p.p.	4,9 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	43,1%	42,2%	54,5%	46,2%	36,4%	43	214	243	143	183	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Atendimento	32,4%	34,9%	37,3%	32,0%	30,9%	43	214	243	143	183	9,9 p.p.	4,5 p.p.	4,2 p.p.	5,6 p.p.	5,4 p.p.
Clareza e transparência da informação fr	23,9%	21,2%	29,0%	28,5%	20,5%	43	214	243	143	183	8,7 p.p.	4,0 p.p.	3,9 p.p.	5,3 p.p.	4,7 p.p.
Cobertura e velocidade	78,2%	63,2%	79,2%	79,3%	74,8%	43	214	243	143	183	8,7 p.p.	4,4 p.p.	3,7 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
Credibilidade	8,7%	26,7%	32,6%	27,6%	39,4%	43	214	243	143	183	8,3 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,5 p.p.	5,4 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	40,8%	41,2%	40,3%	30,7%	26,0%	43	214	243	143	183	9,8 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.	5,7 p.p.	5,3 p.p.
É uma empresa inovadora	20,3%	17,3%	18,7%	11,4%	12,1%	43	214	243	143	183	8,3 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.	4,2 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	25,4%	21,5%	26,7%	30,3%	20,6%	43	214	243	143	183	9,0 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.	5,3 p.p.	5,0 p.p.
Preços	62,2%	48,6%	47,4%	49,3%	46,6%	43	214	243	143	183	9,7 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Proximidade aos clientes	11,9%	13,1%	18,4%	12,4%	9,4%	43	214	243	143	183	7,4 p.p.	3,2 p.p.	3,4 p.p.	3,6 p.p.	4,0 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	44,1%	43,7%	49,0%	37,1%	39,6%	43	214	243	143	183	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Relação qualidade/preço	43,7%	40,2%	46,8%	46,4%	43,7%	43	214	243	143	183	10,0 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
Outros		0,6%	0,8%		1,2%		214	243		183		0,5 p.p.	0,7 p.p.	0,3 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	2,3%	0,1%		0,2%	0,5%	43	214		143	183	2,0 p.p.	0,2 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.
Motivos de insatisfação com o operador de Internet fixa															
Preços/ Mensalidade/ Promoções	61,5%	56,7%	66,8%	48,3%	46,1%	28	79	72	41	57	12,9 p.p.	7,4 p.p.	8,1 p.p.	10,5 p.p.	9,1 p.p.
Credibilidade do operador	24,7%	12,3%	16,7%	12,5%	16,7%	28	79	72	41	57	10,9 p.p.	4,7 p.p.	6,7 p.p.	6,4 p.p.	6,4 p.p.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	72,8%	62,1%	40,5%	74,7%	66,5%	28	79	72	41	57	13,0 p.p.	7,2 p.p.	8,3 p.p.	9,4 p.p.	8,7 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	33,1%	38,0%	45,0%	50,9%	48,1%	28	79	72	41	57	12,8 p.p.	6,9 p.p.	8,2 p.p.	10,1 p.p.	9,3 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	59,0%	49,3%	39,8%	61,1%	55,0%	28	79	72	41	57	13,8 p.p.	7,4 p.p.	8,2 p.p.	10,4 p.p.	9,3 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid	44,0%	33,0%	41,8%	43,2%	40,2%	28	79	72	41	57	13,9 p.p.	7,0 p.p.	8,1 p.p.	9,8 p.p.	9,1 p.p.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	19,5%	20,3%	19,9%	14,6%	27,8%	28	79	72	41	57	11,6 p.p.	5,5 p.p.	7,1 p.p.	8,0 p.p.	8,3 p.p.
Alternativas na concorrência	29,0%	14,0%	26,7%	19,9%	31,6%	28	79	72	41	57	13,2 p.p.	5,6 p.p.	6,9 p.p.	8,6 p.p.	8,6 p.p.
Preço de chamdas de apoio ao cliente	33,7%	20,9%	35,0%	36,0%	23,5%	28	79	72	41	57	13,4 p.p.	6,2 p.p.	7,9 p.p.	9,5 p.p.	8,6 p.p.
Relação qualidade/preço	36,2%	39,1%	31,0%	28,5%	24,2%	28	79	72	41	57	13,2 p.p.	6,8 p.p.	7,2 p.p.	8,9 p.p.	8,4 p.p.
Outros		0,6%	0,9%	0,8%			79	72	41			0,8 p.p.	1,1 p.p.	2,0 p.p.	
NS/NR		1,0%			3,6%		79			57		1,1 p.p.	1,0 p.p.		2,7 p.p.
Motivos de satisfação com o operador de Internet móvel															
Adequação dos tarifários	67,5%	64,9%	62,5%	66,7%	66,3%	23	119	152	89	121	15,9 p.p.	7,8 p.p.	6,7 p.p.	9,0 p.p.	7,7 p.p.
Antiguidade/ Fidelidade	27,7%	38,8%	44,8%	49,9%	33,7%	23	119	152	89	121	16,1 p.p.	8,0 p.p.	6,9 p.p.	9,2 p.p.	7,7 p.p.
Assistência/ Apoio técnico	9,7%	39,2%	37,3%	38,0%	30,5%	23	119	152	89	121	11,9 p.p.	8,1 p.p.	6,7 p.p.	9,0 p.p.	7,7 p.p.
Atendimento		31,0%	37,8%	41,3%	43,4%		119	152	89	121	12,2 p.p.	7,6 p.p.	6,8 p.p.	8,8 p.p.	8,1 p.p.
Clareza e transparência da informação fr	17,8%	35,6%	31,5%	26,5%	22,5%	23	119	152	89	121	15,1 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	8,7 p.p.	7,0 p.p.
Cobertura e velocidade	61,7%	69,0%	83,4%	74,8%	77,0%	23	119	152	89	121	16,4 p.p.	7,6 p.p.	5,9 p.p.	8,5 p.p.	7,2 p.p.
Credibilidade	18,8%	28,5%	41,1%	28,9%	44,1%	23	119	152	89	121	15,7 p.p.	7,3 p.p.	6,8 p.p.	8,5 p.p.	8,0 p.p.
Cumprimento condições/ promoções	27,7%	46,7%	38,8%	39,8%	31,7%	23	119	152	89	121	16,6 p.p.	8,2 p.p.	6,8 p.p.	8,9 p.p.	7,5 p.p.
É uma empresa inovadora	11,7%	23,0%	21,3%	21,1%	17,8%	23	119	152	89	121	12,4 p.p.	7,0 p.p.	5,9 p.p.	7,9 p.p.	6,1 p.p.
É uma empresa líder/ É uma empresa só	18,5%	28,7%	27,8%	34,3%	29,2%	23	119	152	89	121	15,7 p.p.	7,7 p.p.	6,5 p.p.	8,4 p.p.	7,3 p.p.
Preços	77,8%	49,1%	52,7%	58,8%	53,0%	23	119	152	89	121	14,2 p.p.	8,2 p.p.	6,8 p.p.	9,1 p.p.	8,1 p.p.
Proximidade aos clientes	8,2%	18,8%	15,0%	18,0%	16,5%	23	119	152	89	121	13,4 p.p.	6,6 p.p.	5,6 p.p.	7,6 p.p.	6,3 p.p.
Qualidade dos serviços/ equipamentos	29,0%	48,5%	38,5%	39,4%	39,0%	23	119	152	89	121	17,0 p.p.	8,3 p.p.	6,8 p.p.	9,1 p.p.	7,9 p.p.
Relação qualidade/preço	45,3%	46,9%	45,0%	34,7%	40,1%	23	119	152	89	121	17,5 p.p.	8,3 p.p.	6,9 p.p.	9,0 p.p.	8,0 p.p.
Outros		1,2%			0,4%		119			121		1,6 p.p.			1,0 p.p.
NS/NR	0,9%		0,5%			23		152			2,8 p.p.		1,7 p.p.		



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de insatisfação com o operador de Internet móvel															
Preços/ Mensalidade/ Promoções	70,9%	65,2%	64,7%	72,7%	54,5%	11	50	61	32	34	23,1 p.p.	11,1 p.p.	10,4 p.p.	14,2 p.p.	14,4 p.p.
Credibilidade do operador	3,8%	18,5%	11,6%	8,6%	16,8%	11	50	61	32	34	15,6 p.p.	8,8 p.p.	7,4 p.p.	8,2 p.p.	10,0 p.p.
Qualidade do serviço/ Falhas técnicas	52,5%	27,9%	37,9%	46,0%	64,2%	11	50	61	32	34	23,7 p.p.	11,1 p.p.	11,0 p.p.	15,8 p.p.	14,4 p.p.
Má resolução de avarias/ Problemas/ Re	7,8%	19,7%	18,6%	26,6%	36,7%	11	50	61	32	34	10,4 p.p.	8,9 p.p.	8,1 p.p.	13,7 p.p.	13,9 p.p.
Qualidade da rede/ Cobertura	78,0%	32,0%	44,5%	54,9%	41,6%	11	50	61	32	34	23,1 p.p.	11,6 p.p.	11,2 p.p.	15,9 p.p.	14,6 p.p.
Período de fidelização/ Condições de fid		37,0%	28,7%	42,1%	26,5%		50	61	32	34		11,2 p.p.	10,6 p.p.	15,2 p.p.	13,8 p.p.
Atendimento nas lojas/ Apoio ao cliente	7,7%	28,8%	16,9%	21,4%	30,4%	11	50	61	32	34	18,4 p.p.	10,3 p.p.	8,4 p.p.	12,8 p.p.	13,3 p.p.
Alternativas na concorrência	7,2%	29,7%	16,4%	19,5%	19,7%	11	50	61	32	34	10,0 p.p.	9,9 p.p.	8,6 p.p.	12,4 p.p.	12,0 p.p.
Preço de chamadas de apoio ao cliente	30,5%	24,1%	33,1%	14,1%	43,6%	11	50	61	32	34	18,9 p.p.	10,1 p.p.	10,3 p.p.	10,3 p.p.	14,3 p.p.
Relação qualidade/preço	14,2%	38,0%	20,2%	31,1%	30,2%	11	50	61	32	34	13,7 p.p.	11,1 p.p.	10,0 p.p.	14,3 p.p.	12,9 p.p.
Outros		1,3%	0,6%	7,0%			50	61	32			2,3 p.p.	3,9 p.p.	7,5 p.p.	
NS/NR			2,8%		5,1%			61		34		2,2 p.p.	3,2 p.p.		5,8 p.p.
Satisfação com o serviço VoIP mais utilizado															
<u>Voz:</u>															
1 - 5	9,3%	7,4%	6,1%	8,0%	9,5%	55	239	261	164	190	6,1 p.p.	2,5 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	3,1 p.p.
6 - 8	74,8%	52,5%	66,7%	70,7%	70,6%	55	239	261	164	190	9,1 p.p.	4,6 p.p.	4,4 p.p.	5,5 p.p.	5,2 p.p.
9 - 10	15,9%	40,1%	27,2%	21,4%	20,0%	55	239	261	164	190	8,0 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.	5,2 p.p.	4,7 p.p.
média	7,6	7,9	7,8	7,4	7,5	56	244	263	170	193	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
<u>Vídeo:</u>															
1 - 5	8,6%	4,9%	4,1%	9,2%	10,6%	30	170	170	125	147	7,3 p.p.	2,4 p.p.	2,3 p.p.	2,6 p.p.	3,3 p.p.
6 - 8	70,3%	56,1%	75,5%	72,9%	73,6%	30	170	170	125	147	10,0 p.p.	5,0 p.p.	4,7 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.
9 - 10	21,1%	39,0%	20,4%	17,9%	15,8%	30	170	170	125	147	8,1 p.p.	4,8 p.p.	4,5 p.p.	5,7 p.p.	4,9 p.p.
média	7,5	8,0	7,6	7,5	7,4	30	171	173	127	151	0,5	0,2	0,2	0,2	0,3
Satisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
1 - 5		2,1%	2,6%	2,1%	3,5%		339	388	238	300	2,6 p.p.	1,5 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,3 p.p.
6 - 8	46,3%	46,1%	46,8%	58,5%	53,2%	70	339	388	238	300	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	53,7%	51,4%	50,6%	39,4%	41,6%	70	339	388	238	300	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
média	8,5	8,4	8,4	8,2	8,2	70	339	388	238	300	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
Satisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado															
1 - 5	2,4%	2,5%	2,5%	6,4%	5,4%	65	330	395	235	276	3,6 p.p.	1,3 p.p.	1,1 p.p.	1,9 p.p.	1,5 p.p.
6 - 8	42,7%	43,6%	58,1%	50,2%	56,2%	65	330	395	235	276	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	54,8%	53,9%	39,4%	43,4%	38,5%	65	330	395	235	276	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
média	8,4	8,4	8,1	8,1	8,1	65	330	395	235	276	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2
Satisfação com a rede social mais utilizada															
1 - 5	16,0%	5,9%	5,9%	3,7%	4,6%	57	337	359	232	249	4,0 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.	1,9 p.p.	1,9 p.p.
6 - 8	37,9%	48,4%	56,7%	66,7%	65,3%	57	337	359	232	249	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	46,1%	44,6%	37,4%	29,5%	30,0%	57	337	359	232	249	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
média	7,8	8,1	7,9	7,9	7,7	57	337	359	232	249	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2
Satisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
1 - 5	2,4%	4,1%	2,8%	0,4%	4,0%	60	215	299	162	239	2,2 p.p.	1,9 p.p.	1,2 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.
6 - 8	44,5%	51,2%	53,5%	57,7%	56,9%	60	215	299	162	239	8,9 p.p.	4,4 p.p.	4,0 p.p.	5,3 p.p.	4,6 p.p.
9 - 10	50,2%	44,3%	43,7%	41,6%	39,1%	60	215	299	162	239	9,0 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.	5,2 p.p.	4,5 p.p.
média	8,3	8,1	8,3	8,2	8,1	60	215	299	162	239	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2
Satisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado															
1 - 5		1,8%	0,1%	1,8%	0,6%		323	375	230	249	2,8 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.
6 - 8	28,9%	31,0%	34,6%	42,6%	43,3%	69	323	375	230	249	7,0 p.p.	3,4 p.p.	3,2 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
9 - 10	71,1%	67,2%	65,3%	55,6%	56,1%	69	323	375	230	249	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
média	8,9	8,8	8,8	8,6	8,5	69	323	375	230	249	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro					
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	
Motivos de insatisfação com o serviço VoIP mais utilizado																
<u>Voz:</u>																
Quebras de ligação	96,3%	50,5%	58,8%	58,7%	52,9%	6	18	19	11	15	19,1 p.p.	15,8 p.p.	17,0 p.p.	21,8 p.p.	19,6 p.p.	
Qualidade do serviço	5,4%	18,5%	12,5%	3,3%	20,1%	6	18	19	11	15	6,7 p.p.	10,2 p.p.	10,1 p.p.	14,1 p.p.	14,8 p.p.	
Delay na transmissão de dados	9,1%	1,9%	14,2%		2,0%	6	18	19		15	8,6 p.p.	4,6 p.p.	9,9 p.p.		7,8 p.p.	
Tamanho/ peso da aplicação			2,4%		2,0%			19		15	13,7 p.p.		5,8 p.p.		4,3 p.p.	
Outros motivos		14,6%	4,6%	30,7%			18	19	11			12,1 p.p.	11,0 p.p.	18,8 p.p.	6,2 p.p.	
NS/NR		30,9%	15,8%	7,3%	25,5%		18	19	11	15	17,1 p.p.	14,7 p.p.	13,2 p.p.	9,2 p.p.	14,2 p.p.	
<u>Vídeo:</u>																
Quebras de ligação	91,3%	49,9%	22,1%	78,5%	36,7%	3	11	14	9	13	26,9 p.p.	20,0 p.p.	18,5 p.p.	23,3 p.p.	18,4 p.p.	
Qualidade do serviço		29,6%	41,2%	4,9%	36,3%		11	14	9	13	27,0 p.p.	19,3 p.p.	13,8 p.p.	17,3 p.p.	20,2 p.p.	
Delay na transmissão de dados			19,2%					14					11,9 p.p.		16,1 p.p.	
Tamanho/ peso da aplicação					2,4%					13	12,7 p.p.				4,9 p.p.	
Outros motivos	8,7%		3,5%	18,6%		3		14	9		10,6 p.p.		4,9 p.p.	21,9 p.p.	6,4 p.p.	
NS/NR		45,5%	26,1%	3,0%	24,6%		11	14	9	13	23,4 p.p.	17,1 p.p.	15,6 p.p.	9,5 p.p.	16,5 p.p.	
Motivos de insatisfação com o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado																
Quebras de ligação		50,1%	45,8%	16,6%	30,5%		11	7	7	10	30,1 p.p.	18,4 p.p.	21,0 p.p.	25,3 p.p.	25,0 p.p.	
Qualidade do serviço			16,6%	4,2%	4,2%			7		10		6,5 p.p.	11,9 p.p.		9,3 p.p.	
Delay na transmissão de dados		5,1%	4,6%	14,4%	7,7%		11	7	7	10	37,5 p.p.	4,9 p.p.	6,5 p.p.	19,3 p.p.	17,3 p.p.	
Poucas funcionalidades					12,6%					10		6,6 p.p.	11,8 p.p.		15,5 p.p.	
Tamanho/ peso da aplicação		6,3%	16,3%	8,5%			11	7	7			4,5 p.p.	11,8 p.p.	15,2 p.p.		
Outros motivos		22,1%		60,5%	46,6%		11		7	10	40,0 p.p.	16,2 p.p.	6,8 p.p.	30,1 p.p.	25,7 p.p.	
NS/NR		22,7%	16,6%		28,8%		11	7		10		17,2 p.p.	23,0 p.p.		21,8 p.p.	
Motivos de insatisfação com o serviço de audiovisual mais utilizado																
Quebras de ligação		82,4%	32,9%	52,4%	12,3%		10	12	12	10			18,2 p.p.	16,0 p.p.	24,5 p.p.	18,1 p.p.
Qualidade do serviço		5,2%	29,2%	6,7%	2,0%		10	12	12	10	17,7 p.p.	11,9 p.p.	13,6 p.p.	10,1 p.p.	11,3 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios		1,6%	25,4%	16,3%	21,6%		10	12	12	10	37,0 p.p.	15,6 p.p.	13,7 p.p.	19,9 p.p.	21,1 p.p.	
Pouco espaço de armazenamento												7,4 p.p.				
Tamanho/ peso da aplicação			2,6%	2,3%				12	12				4,0 p.p.	6,0 p.p.		
Outros motivos	100,0%	5,2%			21,5%	1	10			10	26,3 p.p.	4,8 p.p.	5,5 p.p.	14,7 p.p.	18,4 p.p.	
NS/NR		5,6%	32,2%	24,6%	42,5%		10	12	12	10	34,2 p.p.	12,8 p.p.	18,5 p.p.	18,1 p.p.	24,3 p.p.	
Motivos de insatisfação com a rede social mais utilizada																
Quebras de ligação		17,1%	9,2%		8,2%		20	20		19	5,3 p.p.	9,2 p.p.	10,1 p.p.	20,1 p.p.	8,8 p.p.	
Qualidade do serviço	17,0%	7,4%	10,8%	20,3%		5	20	20	10		17,9 p.p.	6,4 p.p.	7,2 p.p.	12,2 p.p.	6,0 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios		12,2%	10,0%		7,3%		20	20		19	5,7 p.p.	12,3 p.p.	8,1 p.p.	5,4 p.p.	9,7 p.p.	
Política de privacidade	52,4%	11,1%	54,2%	25,1%	26,4%	5	20	20	10	19	27,2 p.p.	11,2 p.p.	14,3 p.p.	17,2 p.p.	14,4 p.p.	
Utilização do serviço por parte de outros:		10,3%	3,4%		39,3%		20	20		19	11,5 p.p.	12,6 p.p.	6,1 p.p.	8,1 p.p.	14,3 p.p.	
Outros motivos		7,8%	11,2%	3,6%	3,2%		20	20	10	19		8,5 p.p.	10,3 p.p.	5,4 p.p.	3,9 p.p.	
NS/NR	30,6%	41,5%	11,3%	68,5%	26,6%	5	20	20	10	19	25,1 p.p.	15,4 p.p.	13,6 p.p.	19,9 p.p.	16,1 p.p.	
Motivos de insatisfação com o serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado																
Quebras de ligação		11,8%	17,7%	44,9%	34,2%		9	6	2	9		15,9 p.p.	19,0 p.p.	22,3 p.p.	21,5 p.p.	
Qualidade do serviço		5,4%	4,4%		3,4%		9	6		9		8,2 p.p.	13,8 p.p.		9,4 p.p.	
Política de privacidade		11,8%			4,9%		9			9		15,1 p.p.			7,0 p.p.	
Capacidade de armazenamento			22,4%		8,1%			6		9			20,8 p.p.		23,2 p.p.	
Outros motivos		30,6%	50,2%		12,0%		9	6		9		17,4 p.p.	26,9 p.p.	39,4 p.p.	13,1 p.p.	
NS/NR	100,0%	40,3%	5,4%	55,1%	40,8%	2	9	6	2	9	0,0 p.p.	20,7 p.p.	11,1 p.p.	41,8 p.p.	19,7 p.p.	
Motivos de insatisfação com o motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado																
Quebras de ligação				42,4%					5				37,3 p.p.	34,0 p.p.	38,7 p.p.	
Qualidade do serviço/ Qualidade dos res:		14,8%		48,4%			8		5		43,8 p.p.	22,0 p.p.		35,7 p.p.		
Política de privacidade		36,0%		9,2%	29,9%		8		5	4		30,4 p.p.		18,3 p.p.	28,6 p.p.	
Excesso de publicidade/ anúncios																
Outros motivos		21,0%			25,3%		8			4		25,3 p.p.	23,0 p.p.		26,7 p.p.	
NS/NR		28,2%	100,0%		44,8%		8	1		4	43,8 p.p.	31,5 p.p.	40,6 p.p.		38,1 p.p.	

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Qualidade apercebida do serviço VoIP mais utilizado

Voz e pago:

1 - 5	100,0%	27,1%	11,0%			1	15	8			36,4 p.p.	17,2 p.p.	14,2 p.p.	26,5 p.p.	
6 - 8		38,2%	64,8%	61,5%	45,1%		15	8	4	8	36,4 p.p.	18,5 p.p.	26,0 p.p.	32,4 p.p.	27,5 p.p.
9 - 10		34,7%	24,2%	38,5%	54,9%		15	8	4	8		18,4 p.p.	24,3 p.p.	31,2 p.p.	27,5 p.p.
média	4,0	7,3	7,4	8,0	9,0	1,0	15,0	8,0	4,0	9,0	1,2	1,1	1,0	1,6	1,3

Vídeo e pago:

1 - 5	100,0%	5,1%	14,2%			1	7	3			62,3 p.p.	20,1 p.p.	17,5 p.p.	26,1 p.p.	18,2 p.p.
6 - 8		94,9%	14,5%	56,0%	52,6%		7	3	5	5	62,3 p.p.	23,1 p.p.	36,9 p.p.	29,3 p.p.	34,1 p.p.
9 - 10			71,3%	44,0%	47,4%			3	5	5		16,8 p.p.	36,3 p.p.	26,9 p.p.	32,7 p.p.
média	5,0	6,7	8,9	8,0	8,6	1,0	7,0	3,0	5,0	5,0	2,4	1,0	1,1	1,5	1,8

Voz e gratuito:

1 - 5	10,7%	8,7%	6,2%	8,3%	6,9%	48	210	234	155	178	5,8 p.p.	2,9 p.p.	2,3 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.
6 - 8	60,9%	53,9%	61,9%	67,9%	67,3%	48	210	234	155	178	9,9 p.p.	5,0 p.p.	4,7 p.p.	5,6 p.p.	5,6 p.p.
9 - 10	28,4%	37,4%	32,0%	23,8%	25,7%	48	210	234	155	178	9,3 p.p.	4,8 p.p.	4,6 p.p.	5,4 p.p.	5,4 p.p.
média	7,8	7,8	7,8	7,6	7,5	51,0	225,0	248,0	162,0	181,0	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2

Vídeo e gratuito:

1 - 5	15,2%	4,7%	7,3%	7,4%	8,1%	26	159	157	115	139	8,4 p.p.	2,7 p.p.	2,4 p.p.	3,1 p.p.	3,4 p.p.
6 - 8	51,8%	59,3%	69,3%	65,0%	67,8%	26	159	157	115	139	11,6 p.p.	5,3 p.p.	5,2 p.p.	6,5 p.p.	5,9 p.p.
9 - 10	33,0%	36,0%	23,4%	27,7%	24,2%	26	159	157	115	139	10,9 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.	6,4 p.p.	5,6 p.p.
média	7,6	7,9	7,6	7,7	7,5	28,0	161,0	169,0	118,0	143,0	0,6	0,2	0,2	0,2	0,3

Qualidade apercebida do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado

Pago:

1 - 5		4,2%	2,9%				12	11					20,2 p.p.	7,2 p.p.	
6 - 8		69,4%	37,5%	23,9%	75,4%		12	11	4	6	0,0 p.p.	20,1 p.p.	23,0 p.p.	32,7 p.p.	23,9 p.p.
9 - 10		26,4%	59,6%	76,1%	24,6%		12	11	4	6		14,9 p.p.	23,4 p.p.	32,7 p.p.	23,9 p.p.
média		7,9	8,6	9,5	7,7		12,0	11,0	4,0	7,0	0,0	1,0	0,8	0,7	0,6

Gratuito:

1 - 5	1,7%	2,1%	1,2%	1,3%	2,5%	65	323	363	233	287	2,4 p.p.	1,2 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,1 p.p.
6 - 8	46,4%	43,5%	43,9%	52,2%	51,0%	65	323	363	233	287	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.
9 - 10	51,9%	54,3%	54,9%	46,5%	46,5%	65	323	363	233	287	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,7 p.p.	4,8 p.p.	4,4 p.p.
média	8,3	8,5	8,5	8,4	8,4	65,0	324,0	364,0	233,0	288,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1

Qualidade apercebida do serviço de audiovisual mais utilizado

Pago:

1 - 5					40,9%					7					16,0 p.p.
6 - 8		59,4%	75,6%	100,0%	59,1%		13	11	3	7		23,7 p.p.	19,5 p.p.	32,0 p.p.	20,7 p.p.
9 - 10		40,6%	24,4%				13	11				23,7 p.p.	19,5 p.p.	32,0 p.p.	15,7 p.p.
média		8,0	8,0	8,0	6,6		13,0	11,0	3,0	7,0	0,0	0,7	0,5	0,6	0,7

Gratuito:

1 - 5	2,4%	1,7%	2,5%	3,9%	6,2%	65	309	374	228	264	1,9 p.p.	1,1 p.p.	1,2 p.p.	1,6 p.p.	1,6 p.p.
6 - 8	37,0%	44,9%	51,3%	52,4%	54,5%	65	309	374	228	264	7,6 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
9 - 10	60,6%	53,4%	46,1%	43,7%	39,3%	65	309	374	228	264	7,6 p.p.	3,8 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
média	8,6	8,4	8,3	8,2	8,1	65,0	312,0	375,0	228,0	264,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2

Qualidade apercebida da rede social mais utilizada

Pago:

1 - 5		20,5%			3,4%		9			9	0,0 p.p.	19,7 p.p.	28,7 p.p.		12,0 p.p.
6 - 8		76,1%	100,0%	100,0%	89,0%		9	4	4	9		21,4 p.p.	32,0 p.p.	0,0 p.p.	15,3 p.p.
9 - 10		3,4%			7,5%		9			9		10,7 p.p.	18,2 p.p.		10,0 p.p.
média		6,7	7,2	7,0	7,9		9,0	4,0	4,0	9,0	0,0	0,8	1,5	0,2	0,5

Gratuito:

1 - 5		2,0%	2,6%	2,9%	3,5%		324	350	225	236	1,8 p.p.	1,2 p.p.	1,1 p.p.	1,5 p.p.	1,7 p.p.
6 - 8	53,0%	47,0%	49,2%	60,4%	51,0%	57	324	350	225	236	7,7 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.
9 - 10	47,0%	51,1%	48,1%	36,7%	45,5%	57	324	350	225	236	7,7 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,5 p.p.
média	8,3	8,4	8,3	8,1	8,2	57,0	325,0	351,0	225,0	237,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Qualidade apercebida do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Pago:															
1 - 5											68,2 p.p.	22,2 p.p.		14,6 p.p.	13,8 p.p.
6 - 8		64,3%	58,3%	85,9%	85,9%	5	10	7	9			20,9 p.p.	22,4 p.p.	23,6 p.p.	19,1 p.p.
9 - 10		35,7%	41,7%	14,1%	14,1%	5	10	7	9		68,2 p.p.	25,9 p.p.	22,4 p.p.	20,5 p.p.	14,8 p.p.
média		7,6	8,6	7,7	8,0		5,0	10,0	7,0	9,0	7,6	1,6	0,5	0,8	0,7
Gratuito:															
1 - 5	1,8%	0,9%	1,3%	0,5%	5,0%	53	205	281	154	228	2,7 p.p.	1,1 p.p.	0,7 p.p.	1,0 p.p.	1,5 p.p.
6 - 8	42,4%	51,5%	49,4%	54,2%	53,5%	53	205	281	154	228	9,7 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.
9 - 10	55,8%	47,6%	49,3%	45,3%	41,5%	53	205	281	154	228	9,7 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.	5,4 p.p.	4,7 p.p.
média	8,5	8,4	8,4	8,4	8,2	54,0	206,0	281,0	155,0	229,0	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço VoIP mais utilizado															
Sim	68,1%	45,1%	50,6%	58,3%	45,3%	60	276	299	200	219	8,5 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Não	31,9%	54,9%	49,4%	41,7%	54,7%	60	276	299	200	219	8,5 p.p.	4,3 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	5,1 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	25,7%	19,6%	21,0%	7,2%	20,7%	37	126	151	112	108	9,9 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.	4,6 p.p.	5,7 p.p.
Operador de Internet	29,1%	43,9%	34,6%	45,5%	33,8%	37	126	151	112	108	9,6 p.p.	5,9 p.p.	5,5 p.p.	7,1 p.p.	6,5 p.p.
Operador de Internet e serviço	44,2%	35,7%	42,0%	43,8%	43,9%	37	126	151	112	108	11,4 p.p.	5,6 p.p.	5,6 p.p.	7,0 p.p.	7,1 p.p.
Dispositivo utilizado	1,0%		0,3%	2,1%	1,6%	37		151	112	108	1,6 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Outros		0,9%	0,5%	1,3%			126	151	112			1,3 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR			1,5%	0,2%				151	112			0,5 p.p.	1,0 p.p.	0,5 p.p.	
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de mensagens instantâneas mais utilizado															
Sim	48,1%	36,6%	34,9%	41,6%	39,2%	70	339	388	238	300	7,6 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Não	51,9%	63,4%	65,1%	58,4%	60,8%	70	339	388	238	300	7,6 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,2 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	36,2%	12,7%	19,1%	12,3%	16,6%	33	125	145	92	98	10,2 p.p.	4,7 p.p.	4,9 p.p.	5,8 p.p.	6,4 p.p.
Operador de Internet	33,0%	39,9%	41,5%	35,1%	36,6%	33	125	145	92	98	9,5 p.p.	6,0 p.p.	6,0 p.p.	7,7 p.p.	7,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	28,6%	46,4%	38,2%	48,7%	43,9%	33	125	145	92	98	11,4 p.p.	6,3 p.p.	5,8 p.p.	7,7 p.p.	7,1 p.p.
Dispositivo utilizado	1,2%	1,0%	1,1%	3,0%	2,5%	33	125	145	92	98	1,6 p.p.	1,0 p.p.	0,9 p.p.	2,2 p.p.	1,6 p.p.
Outros	1,0%			0,9%		33			92		1,4 p.p.	1,2 p.p.	1,9 p.p.	1,1 p.p.	
NS/NR					0,4%					98					0,7 p.p.
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de audiovisual mais utilizado															
Sim	64,1%	56,0%	45,6%	62,9%	59,6%	65	330	395	235	276	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Não	35,9%	44,0%	54,4%	37,1%	40,4%	65	330	395	235	276	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,5 p.p.	4,6 p.p.	4,3 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	11,0%	7,6%	7,9%	12,1%	3,8%	40	178	187	135	158	6,7 p.p.	3,1 p.p.	3,5 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Operador de Internet	58,4%	55,6%	57,1%	54,9%	49,6%	40	178	187	135	158	10,6 p.p.	5,2 p.p.	5,0 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.
Operador de Internet e serviço	30,6%	33,9%	32,8%	31,0%	44,8%	40	178	187	135	158	10,1 p.p.	5,1 p.p.	4,8 p.p.	6,1 p.p.	5,8 p.p.
Dispositivo utilizado		2,9%	0,4%	2,0%	1,5%		178	187	135	158	2,2 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,6 p.p.	1,4 p.p.
Outros			0,1%					187				0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,6 p.p.	
NS/NR			1,6%		0,3%				187	158			0,9 p.p.		0,5 p.p.
Falhas ocorridas durante a utilização da rede social mais utilizada															
Sim	81,0%	46,9%	51,6%	59,4%	49,5%	57	337	359	232	249	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
Não	19,0%	53,1%	48,4%	40,6%	50,5%	57	337	359	232	249	7,6 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,4 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	24,6%	18,2%	10,3%	11,1%	13,0%	44	162	204	140	140	8,5 p.p.	4,3 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,6 p.p.
Operador de Internet	45,3%	35,7%	49,2%	49,7%	35,8%	44	162	204	140	140	10,1 p.p.	5,3 p.p.	4,9 p.p.	6,4 p.p.	6,1 p.p.
Operador de Internet e serviço	29,3%	43,4%	38,5%	37,7%	47,7%	44	162	204	140	140	10,1 p.p.	5,3 p.p.	4,9 p.p.	6,3 p.p.	6,2 p.p.
Dispositivo utilizado	0,8%	2,7%	1,8%	1,6%		44	162	204	140	140	1,3 p.p.	1,3 p.p.	0,9 p.p.	1,4 p.p.	1,5 p.p.
Outros			0,2%		1,4%			204		140		0,5 p.p.	0,4 p.p.		1,1 p.p.
NS/NR													0,4 p.p.		0,9 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Falhas ocorridas durante a utilização do serviço de partilha e armazenamento de ficheiros mais utilizado															
Sim	32,9%	19,7%	21,9%	22,7%	24,6%	60	215	299	162	239	7,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Não	67,1%	80,3%	78,1%	77,3%	75,4%	60	215	299	162	239	7,8 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	12,3%	5,5%	19,6%	5,6%	5,8%	21	42	64	31	55	10,0 p.p.	6,3 p.p.	8,2 p.p.	7,1 p.p.	7,9 p.p.
Operador de Internet	45,5%	68,2%	34,9%	35,8%	42,2%	21	42	64	31	55	16,3 p.p.	9,4 p.p.	9,0 p.p.	12,1 p.p.	9,8 p.p.
Operador de Internet e serviço	40,6%	26,3%	45,5%	55,5%	51,9%	21	42	64	31	55	15,6 p.p.	8,7 p.p.	8,6 p.p.	12,7 p.p.	10,1 p.p.
Dispositivo utilizado	1,7%			1,8%		21			31		3,4 p.p.			2,6 p.p.	
Outros				1,2%					31					2,1 p.p.	
NS/NR													1,2 p.p.		
Falhas ocorridas durante a utilização do motor de busca ou serviço de comércio eletrónico mais utilizado															
Sim	45,7%	35,5%	24,4%	35,0%	39,0%	69	323	375	230	249	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
Não	54,3%	64,5%	75,6%	65,0%	61,0%	69	323	375	230	249	7,1 p.p.	3,4 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,3 p.p.
Principais responsáveis pelas falhas															
Serviço	6,4%	5,1%	3,7%	3,0%	4,5%	28	110	110	83	98	6,9 p.p.	3,1 p.p.	3,2 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.
Operador de Internet	64,1%	55,5%	65,1%	68,6%	57,1%	28	110	110	83	98	12,6 p.p.	6,4 p.p.	6,0 p.p.	7,5 p.p.	7,2 p.p.
Operador de Internet e serviço	27,2%	36,5%	27,6%	25,1%	35,7%	28	110	110	83	98	12,5 p.p.	6,2 p.p.	5,6 p.p.	7,1 p.p.	6,9 p.p.
Dispositivo utilizado	2,3%	2,9%	3,3%	0,9%	2,8%	28	110	110	83	98	2,7 p.p.	1,6 p.p.	1,5 p.p.	1,5 p.p.	2,6 p.p.
Outros			0,4%	2,4%				110	83			0,6 p.p.	1,4 p.p.	1,8 p.p.	
NS/NR															

4.2.4 Evolução das condições de oferta e procura associadas à procura atual e futura de largura de banda para consumo de serviços OTT

Evolução do consumo de serviços VoIP (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	17.614.883	109.647.439	71.191.557	37.729.160	48.318.089	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	231867	1031680	1014837	612440	585984	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Média	76,0	106,3	70,2	61,6	82,5	60	276	299	200	219	36,2	16,4	12,5	13,5	18,6

Consumo Presente:

Min.	20.700.371	118.834.771	74.192.495	43.721.445	50.450.538	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	232413	1032575	1015585	613216	586572	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Média	89,1	115,1	73,1	71,3	86,0	60	276	299	200	219	37,5	14,6	10,7	12,3	16,7

Consumo Futuro:

Min.	22.691.211	124.676.278	79.589.760	48.963.621	54.213.496	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	232960	1033470	1016333	613994	587161	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Média	97,4	120,6	78,3	79,7	92,3	60	276	299	200	219	39,6	16,5	11,6	14,9	17,3

Evolução Passado-Presente	18%	8%	4%	16%	4%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	10%	5%	7%	12%	7%						1)	1)	1)	1)	1)

Evolução do consumo de serviços de mensagens instantâneas (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	30.208.790	203.996.408	127.791.255	62.737.233	75.744.229	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	263600	1151173	1232672	662659	731887	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Média	114,6	177,2	103,7	94,7	103,5	70	339	388	238	300	37,1	41,0	15,4	18,2	16,2

Consumo Presente:

Min.	35.145.931	167.865.852	132.315.292	70.297.925	84.760.037	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	263927	1151847	1232939	663097	732271	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Média	133,2	145,7	107,3	106,0	115,7	70	339	388	238	300	37,0	15,7	14,9	19,2	19,8

Consumo Futuro:

Min.	39.813.089	175.469.510	136.803.739	76.391.323	90.718.552	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	264254	1152520	1233205	663536	732656	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Média	150,7	152,2	110,9	115,1	123,8	70	339	388	238	300	39,5	17,7	14,2	20,1	19,2

Evolução Passado-Presente	16%	-18%	4%	12%	12%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	13%	5%	3%	9%	7%						1)	1)	1)	1)	1)



Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro

	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
--	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--------------------

Evolução do consumo de serviços de audiovisual (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	22.624.976	89.021.462	98.106.835	58.345.453	55.790.580	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	242121	1096503	1276736	653196	736508	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Média	93,4	81,2	76,8	89,3	75,8	65	330	395	235	276	32,5	13,9	13,1	12,5	12,5

Consumo Presente:

Min.	23.911.328	99.548.938	107.791.139	69.019.940	60.277.915	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	242141	1097178	1277292	653586	736766	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Média	98,7	90,7	84,4	105,6	81,8	65	330	395	235	276	32,6	12,2	13,1	14,6	10,6

Consumo Futuro:

Min.	25.736.043	109.072.217	119.919.458	76.091.458	65.148.876	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	242160	1097853	1277847	653976	737024	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Média	106,3	99,4	93,8	116,4	88,4	65	330	395	235	276	32,5	14,9	14,1	16,0	11,4

Evolução Passado-Presente	6%	12%	10%	18%	8%	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
---------------------------	----	-----	-----	-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Evolução Presente-Futuro	8%	10%	11%	10%	8%	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--------------------------	----	-----	-----	-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Evolução do consumo de redes sociais (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	47.874.728	195.803.076	170.875.275	98.633.198	77.022.157	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	235315	1145498	1264964	800041	768806	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Média	203,4	170,9	135,1	123,3	100,2	57	337	359	232	249	58,9	71,6	15,1	31,0	15,5

Consumo Presente:

Min.	40.587.495	202.574.312	190.849.288	99.924.077	81.508.972	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	235578	1145764	1265181	800457	768991	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Média	172,3	176,8	150,8	124,8	106,0	57	337	359	232	249	49,6	20,8	16,1	29,6	15,6

Consumo Futuro:

Min.	42.258.380	211.159.666	199.663.559	106.009.225	82.434.008	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	235841	1146031	1265397	800873	769177	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Média	179,2	184,3	157,8	132,4	107,2	57	337	359	232	249	49,9	21,5	16,3	29,8	15,9

Evolução Passado-Presente	-15%	3%	12%	1%	6%	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
---------------------------	------	----	-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Evolução Presente-Futuro	4%	4%	5%	6%	1%	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--------------------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Evolução do consumo de serviços de partilha e armazenamento de ficheiros (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	9.233.137	54.136.988	44.078.036	23.300.712	50.700.836	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	226871	713954	968854	416670	610106	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Média	40,7	75,8	45,5	55,9	83,1	60	215	299	162	239	18,3	28,2	13,2	8,3	20,4

Consumo Presente:

Min.	9.861.450	44.546.278	46.322.305	25.322.670	43.321.263	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	227013	714434	969246	417063	610510	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Média	43,4	62,4	47,8	60,7	71,0	60	215	299	162	239	15,8	16,3	8,3	9,2	12,8

Consumo Futuro:

Min.	12.823.352	49.410.246	56.903.366	27.475.729	46.725.377	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	227155	714915	969638	417457	610914	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Média	56,5	69,1	58,7	65,8	76,5	60	215	299	162	239	18,6	17,1	11,1	10,2	14,2

Evolução Passado-Presente	7%	-18%	5%	9%	-15%	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
---------------------------	----	------	----	----	------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Evolução Presente-Futuro	30%	11%	23%	9%	8%	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)	1)
--------------------------	-----	-----	-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Evolução do consumo de motores de busca e serviços de comércio eletrónico (passado, presente e futuro)

Consumo Passado:

Min.	28.903.252	160.337.331	155.203.012	83.964.535	70.469.028	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	270549	1209009	1275205	843864	766741	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)
Média	106,8	132,6	121,7	99,5	91,9	69	323	375	230	249	27,5	34,4	16,3	27,0	28,7

Consumo Presente:

Min.	27.705.451	156.054.534	152.026.309	77.749.481	74.024.326	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	270508	1209404	1275520	844272	767229	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)
Média	102,4	129,0	119,2	92,1	96,5	69	323	375	230	249	30,8	15,5	14,2	26,8	18,3

Variáveis

Frequência/ Média

Base Amostral

Margem de erro



Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Até 485 euros

486 a 970 euros

971 a 1455 euros

1456 a 1940 euros

Mais de 1941 euros

Consumo Futuro:

Min.	32.582.903	168.931.361	172.701.448	84.914.130	77.847.828	69	323	375	230	219	1)	1)	1)	1)	1)
Pop.	270468	1209800	1275835	844680	767717	69	323	375	230	219	1)	1)	1)	1)	1)
Média	120,5	139,6	135,4	100,5	101,4	69	323	375	230	219	30,4	16,2	15,7	26,8	19,3
Evolução Passado-Presente	-4%	-3%	-2%	-7%	5%						1)	1)	1)	1)	1)
Evolução Presente-Futuro	18%	8%	14%	9%	5%						1)	1)	1)	1)	1)

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	17,2	27,9	15,8	16,8	20,6	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	71,8	87,2	57,3	54,5	65,4	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	28,5	36,7	25,8	31,8	31,8	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	104,7	109,1	81,6	74,2	83,9	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	16,5	20,5	17,7	24,9	16,2	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	82,3	70,3	66,6	80,7	65,6	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	30,5	50,0	32,5	31,6	34,2	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	141,8	126,8	118,3	93,2	71,8	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	10,2	19,4	11,0	15,2	13,3	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	33,2	43,0	36,8	45,5	57,7	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	19,3	36,7	25,8	26,2	22,7	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	83,2	92,4	93,4	65,9	73,8	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)

Tempo de utilização de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)

VoIP - Internet móvel	4.004.378	28.767.407	16.017.799	10.274.089	12.095.933	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	16.695.993	90.067.365	58.174.696	33.447.356	38.354.604	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	7.514.122	42.248.377	31.756.996	21.095.159	23.319.728	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	27.631.809	125.617.475	100.558.296	49.202.766	61.440.309	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	3.992.058	22.438.826	22.666.755	16.261.025	11.962.446	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	19.919.270	77.110.112	85.124.384	52.758.915	48.315.469	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	7.175.937	57.329.487	41.166.283	25.307.027	26.305.498	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	33.411.558	145.244.825	149.683.005	74.617.049	55.203.474	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	2.314.694	13.846.001	10.690.304	6.349.971	8.107.304	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	7.546.756	30.700.277	35.632.001	18.972.699	35.213.960	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	5.209.176	44.340.644	32.933.711	22.110.328	17.427.883	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	22.496.275	111.713.890	119.092.599	55.639.153	56.596.443	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)

Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (média em minutos)

VoIP - Internet móvel	18,8	29,2	16,9	18,7	22,1	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	78,6	91,4	61,4	61,0	70,2	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	32,2	38,3	26,6	34,5	34,1	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	118,5	113,9	84,3	80,6	89,8	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	17,7	22,4	19,7	27,4	17,5	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	88,5	77,0	74,1	88,9	70,9	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	31,7	52,1	34,0	33,5	34,6	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	147,5	132,1	123,8	98,8	72,6	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	13,3	21,5	13,5	16,5	14,3	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	43,2	47,6	45,1	49,3	62,2	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	22,7	39,7	29,3	28,6	23,9	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	97,8	100,0	106,0	71,9	77,5	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Tempo de utilização futura de Internet móvel e fixa por serviço OTT (total em minutos)															
VoIP - Internet móvel	4.389.496	30.181.513	17.183.042	11.505.947	12.998.134	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Voip - Internet fixa	18.301.715	94.494.765	62.406.718	37.457.674	41.215.363	60	276	299	200	219	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet móve	8.511.950	44.162.061	32.834.268	22.923.680	24.959.073	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Mensagens instantâneas -Internet fixa	31.301.140	131.307.449	103.969.471	53.467.643	65.759.478	70	339	388	238	300	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais -Internet móvel	4.296.699	24.585.420	25.217.147	17.927.067	12.929.112	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Audiovisuais - Internet fixa	21.439.344	84.486.797	94.702.311	58.164.391	52.219.765	65	330	395	235	276	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais-Internet móvel	7.471.352	59.759.183	43.067.525	26.848.167	26.604.036	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Redes sociais - Internet fixa	34.787.028	151.400.483	156.596.034	79.161.057	55.829.972	57	337	359	232	249	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. -Internet móvel	3.009.916	15.357.834	13.132.211	6.889.877	8.744.362	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Partilha e armazen. fich. - Internet fixa	9.813.436	34.052.412	43.771.155	20.585.852	37.981.015	60	215	299	162	239	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce -Intern	6.126.234	47.999.409	37.412.600	24.147.805	18.328.067	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)
Motores de busca e e-commerce - Interr	26.456.669	120.931.953	135.288.848	60.766.326	59.519.761	69	323	375	230	249	1)	1)	1)	1)	1)

4.2.5 - Análise de congestionamento resultante da procura de OTT


Motivos de avaliação negativa da qualidade do serviço de Internet															
Acesso lento	73,8%	64,1%	70,6%	65,3%	67,5%	18	67	72	36	43	13,0 p.p.	7,0 p.p.	7,3 p.p.	10,1 p.p.	8,7 p.p.
Quebras/ interrupções	53,8%	56,0%	65,1%	54,6%	53,1%	18	67	72	36	43	15,8 p.p.	7,8 p.p.	7,7 p.p.	10,6 p.p.	9,8 p.p.
Perdas de acesso	52,4%	45,3%	48,8%	23,5%	59,1%	18	67	72	36	43	15,9 p.p.	7,6 p.p.	8,2 p.p.	10,3 p.p.	9,9 p.p.
Dificuldade de upload e download	32,9%	47,2%	34,5%	50,5%	54,5%	18	67	72	36	43	14,9 p.p.	7,5 p.p.	8,0 p.p.	10,6 p.p.	9,9 p.p.
Cobertura do serviço fraca	31,2%	49,4%	41,7%	27,3%	53,4%	18	67	72	36	43	15,4 p.p.	7,6 p.p.	8,1 p.p.	9,2 p.p.	9,9 p.p.
Fraco apoio ao cliente	10,5%	8,5%	6,5%	21,9%	25,5%	18	67	72	36	43	6,9 p.p.	5,3 p.p.	5,9 p.p.	8,5 p.p.	8,5 p.p.
Outros															
NS/NR	18,1%	12,4%	3,4%		3,5%	18	67	72		43	8,9 p.p.	4,2 p.p.	2,1 p.p.	3,2 p.p.	2,5 p.p.

9.2.2 - Estudo do lado da Procura

Consumo de serviços VoIP versus serviços telefónico fixo/ móvel face a alterações de preço do serviço VoIP															
Consumo atual - VoIP	21,3	23,7	19,4	20,3	23,0	60	276	299	200	219	5,7 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.
Consumo atual - STF/STM	78,7	76,3	80,6	79,7	77,0	60	276	299	200	219	5,7 p.p.	2,2 p.p.	2,2 p.p.	2,7 p.p.	3,3 p.p.
Metade do preço de STF/STM - VoIP	10,8	12,0	9,5	10,6	11,9	60	276	299	200	219	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	4,3 p.p.
Metade do preço de STF/STM - STF/STM	89,2	88,0	90,5	89,4	88,1	60	276	299	200	219	7,9 p.p.	3,8 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	4,3 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - VoIP	8,3	8,7	6,2	7,4	7,8	60	276	299	200	219	7,0 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.
Igual ao preço de STF/STM - STF/STM	91,7	91,3	93,8	92,6	92,2	60	276	299	200	219	7,0 p.p.	3,3 p.p.	2,7 p.p.	3,6 p.p.	3,6 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - VoIP	5,2	5,1	2,9	3,6	3,2	60	276	299	200	219	5,6 p.p.	2,6 p.p.	1,9 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.
Dobro do preço de STF/STM - STF/STM	94,8	94,9	97,1	96,4	96,8	60	276	299	200	219	5,6 p.p.	2,6 p.p.	1,9 p.p.	2,6 p.p.	2,3 p.p.
Consumo de serviços de mensagens instantâneas versus serviços telefónico móvel face a alterações de preço do serviço de mensagens instantâneas															
Consumo atual - mensagens instantâneas	38,0	33,7	30,1	35,0	32,8	70	339	388	238	300	4,6 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.
Consumo atual - STM	62,0	66,3	69,9	65,0	67,2	70	339	388	238	300	4,6 p.p.	2,4 p.p.	2,0 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.
Metade do preço de STM - Mensagens instantâneas	20,2	18,3	16,6	19,5	17,5	70	339	388	238	300	9,4 p.p.	4,1 p.p.	3,7 p.p.	5,0 p.p.	4,3 p.p.
Metade do preço de STM - STM	79,8	81,7	83,4	80,5	82,5	70	339	388	238	300	9,4 p.p.	4,1 p.p.	3,7 p.p.	5,0 p.p.	4,3 p.p.
Igual ao preço de STM - Mensagens instantâneas	16,5	14,9	13,0	15,7	13,5	70	339	388	238	300	8,7 p.p.	3,8 p.p.	3,3 p.p.	4,6 p.p.	3,9 p.p.
Igual ao preço de STM - STM	83,5	85,1	87,0	84,3	86,5	70	339	388	238	300	8,7 p.p.	3,8 p.p.	3,3 p.p.	4,6 p.p.	3,9 p.p.
Dobro do preço de STM - Mensagens instantâneas	9,6	8,4	6,6	8,5	6,4	70	339	388	238	300	6,9 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	2,8 p.p.
Dobro do preço de STM - STM	90,4	91,6	93,4	91,5	93,6	70	339	388	238	300	6,9 p.p.	3,0 p.p.	2,5 p.p.	3,5 p.p.	2,8 p.p.
Consumo de serviços de audiovisual versus serviço de televisão face a alterações de preço do serviço de audiovisual															
Consumo atual - Audiovisual	26,4	24,7	24,1	22,9	22,3	65	330	395	235	276	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.
Consumo atual - TV	73,6	75,3	75,9	77,1	77,7	65	330	395	235	276	4,7 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	3,0 p.p.	2,4 p.p.
Metade do preço de TV - Serv. Audiovisual	14,9	12,9	11,9	11,9	9,3	65	330	395	235	276	8,6 p.p.	3,6 p.p.	3,2 p.p.	4,1 p.p.	3,4 p.p.
Metade do preço de TV - TV	85,1	87,1	88,1	88,1	90,7	65	330	395	235	276	8,6 p.p.	3,6 p.p.	3,2 p.p.	4,1 p.p.	3,4 p.p.
Igual ao preço de TV - Serv. Audiovisual	10,6	9,9	9,2	8,2	6,7	65	330	395	235	276	7,5 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.	3,0 p.p.
Igual ao preço de TV - TV	89,4	90,1	90,8	91,8	93,3	65	330	395	235	276	7,5 p.p.	3,2 p.p.	2,8 p.p.	3,5 p.p.	3,0 p.p.
Dobro do preço de TV - Serv. Audiovisual	5,5	5,8	4,5	4,7	3,1	65	330	395	235	276	5,5 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.
Dobro do preço de TV - TV	94,5	94,2	95,5	95,3	96,9	65	330	395	235	276	5,5 p.p.	2,5 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,0 p.p.



Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
Motivos de utilização de serviços VoIP em detrimento do serviço telefónico fixo/ móvel															
Preço	49,6%	55,9%	54,0%	54,0%	59,9%	60	276	299	200	219	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.
Segurança	14,2%	14,5%	11,9%	15,3%	10,3%	60	276	299	200	219	6,8 p.p.	3,1 p.p.	2,7 p.p.	3,4 p.p.	3,4 p.p.
Qualidade do serviço	39,9%	36,8%	26,1%	31,6%	34,0%	60	276	299	200	219	8,6 p.p.	4,0 p.p.	3,7 p.p.	4,7 p.p.	4,7 p.p.
Funcionalidades do serviço	57,3%	38,5%	44,9%	40,9%	38,4%	60	276	299	200	219	8,8 p.p.	4,2 p.p.	4,1 p.p.	5,0 p.p.	4,9 p.p.
Realização de chamadas em grupo	19,4%	12,9%	11,3%	14,6%	13,3%	60	276	299	200	219	7,1 p.p.	2,9 p.p.	2,9 p.p.	3,8 p.p.	4,0 p.p.
Realização de videochamadas	44,7%	34,4%	28,0%	32,2%	44,3%	60	276	299	200	219	8,7 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	5,0 p.p.	5,0 p.p.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	31,6%	37,0%	38,5%	40,9%	34,8%	60	276	299	200	219	8,5 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	5,1 p.p.	4,9 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont.	23,4%	26,3%	26,2%	18,9%	18,1%	60	276	299	200	219	8,1 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.	4,2 p.p.	4,3 p.p.
Outros	0,1%	0,1%	0,8%	0,8%			276	299	200			0,2 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.	0,4 p.p.
NS/NR	6,4%	6,7%	3,2%	6,5%	1,5%	60	276	299	200	219	3,6 p.p.	1,8 p.p.	1,2 p.p.	2,4 p.p.	1,9 p.p.
Motivos de utilização de serviços de mensagens instantâneas em detrimento do serviço telefónico móvel															
Preço	46,7%	47,2%	48,7%	56,8%	62,9%	70	339	388	238	300	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,2 p.p.
Segurança	16,3%	14,3%	15,3%	9,6%	12,4%	70	339	388	238	300	5,7 p.p.	2,5 p.p.	2,8 p.p.	2,9 p.p.	3,2 p.p.
Qualidade do serviço	46,8%	32,3%	33,9%	36,9%	31,5%	70	339	388	238	300	7,2 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.
Funcionalidades do serviço	50,2%	47,9%	53,8%	47,1%	52,4%	70	339	388	238	300	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,6 p.p.	4,7 p.p.	4,3 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	34,9%	29,6%	26,2%	24,0%	29,2%	70	339	388	238	300	6,7 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.
Possibilidade de envio de mensagens de	23,1%	23,1%	22,2%	23,5%	20,3%	70	339	388	238	300	6,5 p.p.	3,0 p.p.	2,9 p.p.	3,9 p.p.	3,5 p.p.
Criação de grupos de mensagens com di	25,6%	18,2%	22,4%	17,7%	23,3%	70	339	388	238	300	6,3 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,8 p.p.
A pessoa de contacto estar sempre cont.	38,1%	37,4%	38,1%	36,4%	36,1%	70	339	388	238	300	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,5 p.p.	4,7 p.p.	4,1 p.p.
Outros		0,3%	0,3%				339	388			1,8 p.p.	0,3 p.p.	0,4 p.p.		0,2 p.p.
NS/NR	4,7%	2,5%	3,6%	3,6%	1,7%	70	339	388	238	300	3,4 p.p.	1,2 p.p.	1,5 p.p.	1,9 p.p.	1,4 p.p.
Motivos de utilização de serviços de audiovisual em detrimento do serviço de televisão															
Preço	39,6%	29,7%	31,3%	38,2%	40,6%	65	330	395	235	276	7,5 p.p.	3,4 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
Segurança	24,7%	11,7%	11,4%	13,4%	16,4%	65	330	395	235	276	5,9 p.p.	2,3 p.p.	2,1 p.p.	2,7 p.p.	3,0 p.p.
Qualidade do serviço	49,8%	44,8%	42,8%	41,5%	49,1%	65	330	395	235	276	7,6 p.p.	3,7 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
Funcionalidades do serviço	62,1%	63,8%	62,7%	65,0%	63,0%	65	330	395	235	276	7,5 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
Outros	3,6%	0,4%	0,2%	0,6%	0,5%	65	330	395	235	276	1,9 p.p.	0,8 p.p.	0,3 p.p.	0,5 p.p.	0,8 p.p.
NS/NR	10,0%	7,4%	8,4%	7,0%	3,9%	65	330	395	235	276	5,1 p.p.	2,0 p.p.	2,0 p.p.	2,7 p.p.	2,1 p.p.
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço VoIP para realização de chamadas															
Melhoria da qualidade das chamadas po	27,5%	35,1%	43,7%	35,8%	41,4%	60	276	299	200	219	8,2 p.p.	4,1 p.p.	4,1 p.p.	4,9 p.p.	5,0 p.p.
Melhoria da qualidade do serviços de In	32,0%	38,2%	28,7%	21,9%	27,2%	60	276	299	200	219	8,2 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.	4,5 p.p.	4,7 p.p.
Melhoria da qualidade do serviços de In	43,2%	35,2%	31,7%	28,4%	41,2%	60	276	299	200	219	8,1 p.p.	4,1 p.p.	3,8 p.p.	4,9 p.p.	5,0 p.p.
Os serviços Voip aumentarem o seu núm	21,9%	16,0%	23,0%	21,0%	17,3%	60	276	299	200	219	6,7 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,0 p.p.	4,0 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	30,7%	33,8%	32,3%	34,8%	44,7%	60	276	299	200	219	7,9 p.p.	4,1 p.p.	4,0 p.p.	4,9 p.p.	4,9 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet		0,1%	0,1%		0,2%		276	299		219	1,9 p.p.	0,2 p.p.	0,6 p.p.		0,5 p.p.
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfe		0,1%	0,1%				276	299				0,2 p.p.	0,2 p.p.		0,6 p.p.
Outros		1,1%			0,3%		276			219		0,6 p.p.	0,1 p.p.	0,7 p.p.	0,6 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t		0,1%	0,1%				276	299				0,2 p.p.	0,2 p.p.		0,6 p.p.
NS/NR	3,2%	8,2%	5,4%	5,9%	3,7%	60	276	299	200	219	3,7 p.p.	2,2 p.p.	1,7 p.p.	2,1 p.p.	2,1 p.p.
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de mensagens instantâneas para o envio de mensagens															
Melhoria da qualidade das mensagens p	23,7%	29,7%	35,6%	29,6%	28,0%	70	339	388	238	300	6,8 p.p.	3,4 p.p.	3,5 p.p.	4,3 p.p.	4,0 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Intr	40,5%	29,3%	25,8%	21,6%	24,1%	70	339	388	238	300	7,0 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	3,9 p.p.	3,9 p.p.
Melhoria da qualidade do serviço de Intr	36,5%	32,7%	38,6%	27,5%	36,4%	70	339	388	238	300	7,0 p.p.	3,5 p.p.	3,5 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
Aumentar o número de funcionalidades	33,8%	24,2%	33,8%	29,7%	22,2%	70	339	388	238	300	6,8 p.p.	3,3 p.p.	3,3 p.p.	4,3 p.p.	3,7 p.p.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	35,9%	35,6%	27,2%	31,9%	36,8%	70	339	388	238	300	7,2 p.p.	3,5 p.p.	3,4 p.p.	4,5 p.p.	4,1 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet		0,4%	0,5%	0,2%	1,8%		339	388	238	300		0,4 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Os serviços IM passarem a ser de tráfe			0,1%	0,2%				388	238	300		0,1 p.p.	0,2 p.p.	0,7 p.p.	0,8 p.p.
Outros		0,4%	0,3%	1,6%	2,0%		339	388	238	300	1,1 p.p.	0,5 p.p.	0,5 p.p.	1,1 p.p.	1,0 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t	13,7%	15,1%	14,0%	20,2%	19,5%	70	339	388	238	300	5,2 p.p.	2,6 p.p.	2,5 p.p.	3,8 p.p.	3,2 p.p.
NS/NR	4,8%	4,7%	5,7%	9,5%	6,0%	70	339	388	238	300	4,0 p.p.	1,7 p.p.	1,5 p.p.	2,3 p.p.	2,0 p.p.

Variáveis	Frequência/ Média					Base Amostral					Margem de erro				
	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros	Até 485 euros	486 a 970 euros	971 a 1455 euros	1456 a 1940 euros	Mais de 1941 euros
															
Motivos que levariam a utilizar apenas o serviço de audiovisual															
Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	40,4%	36,4%	34,8%	35,0%	43,2%	65	330	395	235	276	7,4 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,5 p.p.	4,3 p.p.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	46,9%	36,3%	31,0%	33,4%	39,8%	65	330	395	235	276	7,3 p.p.	3,6 p.p.	3,3 p.p.	4,4 p.p.	4,2 p.p.
O serviço de Internet móvel aumentar a	34,7%	31,3%	30,7%	34,9%	38,3%	65	330	395	235	276	6,7 p.p.	3,3 p.p.	3,1 p.p.	4,4 p.p.	4,1 p.p.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> au	37,3%	17,4%	21,9%	31,0%	31,2%	65	330	395	235	276	6,9 p.p.	3,0 p.p.	3,0 p.p.	4,2 p.p.	3,8 p.p.
Redução do preço do serviço de Internet		0,6%		0,2%	0,2%		330		235	276		0,4 p.p.	0,5 p.p.	0,3 p.p.	0,7 p.p.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> pas		0,4%	0,1%				330	395				0,3 p.p.	0,5 p.p.		
Redução do preço dos serviços audiovisi	3,9%	0,3%	1,0%	2,5%	1,3%	65	330	395	235	276	1,8 p.p.	0,5 p.p.	0,9 p.p.	1,1 p.p.	0,9 p.p.
Outros		1,1%	0,4%	0,3%	0,3%		330	395	235	276		0,8 p.p.	0,4 p.p.	0,4 p.p.	0,6 p.p.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço c	11,4%	25,6%	23,7%	22,3%	24,3%	65	330	395	235	276	5,7 p.p.	3,2 p.p.	3,0 p.p.	3,9 p.p.	3,6 p.p.
NS/NR	6,9%	7,9%	6,8%	4,4%	2,8%	65	330	395	235	276	5,1 p.p.	1,9 p.p.	1,8 p.p.	2,5 p.p.	1,8 p.p.

1) Variável derivada que envolveu várias estimativas para a sua construção, assim o cálculo das margens de erro para estas variáveis depende de vários pressupostos não sendo assim directamente calculável.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Apenas videochamada:

Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Facetime	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tango	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros										

Voz + Videochamada:

Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Skypeout	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Facetime	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
QQ	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tango	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviço VoIP mais utilizado

Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Skypeout										
Facetime					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Whatsapp	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat										
QQ										
Line										
Tango										
Outros								Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Serviços de mensagens instantâneas ut

Whatsapp	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Skype	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Viber	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wechat					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Line					Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
QQ										Não Sig.
Tango						Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.
Outros	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviço de mensagens instantâneas ma

Whatsapp	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Facebook Messenger	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
Skype	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Viber	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hangouts										
Wechat										
Line										
QQ										
Tango										
Outros						Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.

Serviços de audiovisual utilizados

Youtube	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Spotify	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vine	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vimeo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
MEO Musica	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
RTP Play	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TVI Player	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SoundCloud	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Metacafe	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tidal										Não Sig.
Rhapsody	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Serviço de audiovisual mais utilizado

Youtube	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Spotify	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vine	Não Sig.									
Vimeo								Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Apple Music					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
MEO Musica	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
RTP Play					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
TVI Player	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
SoundCloud										
Metacafe										
Tidal										
Rhapsody										
Outro					Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		

Redes sociais utilizadas

Facebook	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Instagram	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LinkedIn	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Plus	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Twitter	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Myspace	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Flirck	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Tumblr	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Rede social mais utilizada

Facebook	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Instagram	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
LinkedIn					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Plus	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Twitter					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pinterest					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Myspace										
Flirck										
Tumblr					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
Outro										

Serviços de partilha e armazenamento

Dropbox	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Drive	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
OneDrive	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
iCloud	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Office 365	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Team Viewer	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Salesfoce					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.

Serviço de partilha e armazenamento

Dropbox	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Drive	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OneDrive	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
iCloud	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO Cloud	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Google Hangouts	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Office 365	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Team Viewer	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Salesfoce										
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motores de busca e serviços de comérc

Google	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Yahoo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Bing	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ask	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Amazon	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Ebay	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Groupon	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
OLX	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wikipedia	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Sapo	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outro					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviços que gostaria de ver disponíveis:

ChatOn	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Wasabee	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Amazon Instant Vídeo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
BBC iplayer	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HBO Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Hulu	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Netflix	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Sky Go	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Wuaki TV										
Pandora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Vevo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Uber	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nenhum										
Outro	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Tempo médio dedicado à utilização de :

Dias úteis das 7 às 19 horas:

Não acede	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Dias úteis das 19 às 7 horas:

Não acede	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas										
Média min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 7 às 19 horas:

Não acede	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Entre 1 a 15 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Média min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Fins-de-semana das 19 às 7 horas:

Não acede	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 15 min.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 15 a 30 min.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 30 min. a 1 hora	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 1 a 2 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 2 a 5 horas	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Entre 5 a 12 horas										
Média min.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviços de audiovisual pagos e gratuitos

YOUTUBE - pago					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
YOUTUBE - gratuito	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
YOUTUBE - NS/NR					Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - pago	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
SPOTIFY - NS/NR					Sig.	Não Sig.		Sig.		
VINE - pago										
VINE - gratuito	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
VINE - NS/NR					Sig.	Não Sig.		Sig.		
VIMEO - pago										
VIMEO - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
VIMEO - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - pago					Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
APPLE MUSIC - gratuito					Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
APPLE MUSIC - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO MUSICA - pago					Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO MUSICA - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO MUSICA - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.
RTP PLAY - pago								Não Sig.		
RTP PLAY - gratuito	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
RTP PLAY - NS/NR								Não Sig.		
MEO GO - pago	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
MEO GO - gratuito	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
MEO GO - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
TVI PLAYER - pago								Sig.		
TVI PLAYER - gratuito	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
TVI PLAYER - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		
SOUNDCLOUD - pago	Não Sig.		Não Sig.			Sig.				
SOUNDCLOUD - gratuito	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SOUNDCLOUD - NS/NR	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
METACAFE - pago										
METACAFE - gratuito	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.		Sig.	
METACAFE - NS/NR										
TIDAL - pago										
TIDAL - gratuito										
TIDAL - NS/NR										
RHAPSODY - pago										
RHAPSODY - gratuito										
RHAPSODY - NS/NR										
OUTRO - pago								Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - gratuito	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR										
Disponibilidade em pagar mensalmente										
Sim	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Valor máximo disposto a pagar mensal										
média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviços de partilha e armazenamento

DROPBOX - pago				Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
DROPBOX - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
DROPBOX - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.		Sig.	Não Sig.		Sig.	Sig.	
GOOGLE DRIVE - pago					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - gratuito	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
GOOGLE DRIVE - NS/NR	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
ONEDRIVE - pago					Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	
ONEDRIVE - gratuito	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ONEDRIVE - NS/NR	Sig.	Sig.		Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
ICLOUD - pago					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
ICLOUD - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - pago								Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - gratuito	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
MEO CLOUD - NS/NR					Não Sig.			Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - pago									
GOOGLE HANGOUTS - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
GOOGLE HANGOUTS - NS/NR					Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	
OFFICE 365 - pago					Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
OFFICE 365 - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
OFFICE 365 - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - pago									
TEAM VIEWER - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
TEAM VIEWER - NS/NR		Não Sig.	Não Sig.				Não Sig.		
SALESFORCE - pago									
SALESFORCE - gratuito									
SALESFORCE - NS/NR									
OUTRO - pago									
OUTRO - gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
OUTRO - NS/NR									

Disponibilidade em pagar mensalmente

Sim	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Valor máximo disposto a pagar mensalmente

média	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
-------	----------	----------	------	----------	----------	------	----------	------	----------

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Serviços de mensagens instantâneas de

WHATSAPP - tráfego de dados gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WHATSAPP - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
FACEBOOK MESSENGER - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
SKYPE - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
SKYPE - NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados gratuito					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - tráfego de dados não gratuito	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
VIBER - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados gratuito	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - tráfego de dados não gratuito					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
HANGOUTS - NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
WECHAT - tráfego de dados gratuito										
WECHAT - tráfego de dados não gratuito										
WECHAT - NS/NR										
LINE - tráfego de dados gratuito										
LINE - tráfego de dados não gratuito										
LINE - NS/NR										
QQ - tráfego de dados gratuito										
QQ - tráfego de dados não gratuito										
QQ - NS/NR										
TANGO - tráfego de dados gratuito										
TANGO - tráfego de dados não gratuito										
TANGO - NS/NR										
OUTRO - tráfego de dados gratuito							Não Sig.			
OUTRO - tráfego de dados não gratuito					Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
OUTRO - NS/NR							Não Sig.			

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Motivos de insatisfação com o serviço \

Voz:

Quebras de ligação	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
Tamanho/ peso da aplicação									Não Sig.	
Outros motivos					Não Sig.				Não Sig.	
NS/NR					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.

Vídeo:

Quebras de ligação	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Qualidade do serviço					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados										
Tamanho/ peso da aplicação									Não Sig.	
Outros motivos		Não Sig.	Não Sig.							
NS/NR					Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço									Não Sig.	Não Sig.
Delay na transmissão de dados					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Poucas funcionalidades										
Tamanho/ peso da aplicação					Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Outros motivos						Não Sig.				Não Sig.
NS/NR					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação					Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Pouco espaço de armazenamento										
Tamanho/ peso da aplicação								Não Sig.		
Outros motivos	Sig.			Sig.			Não Sig.			
NS/NR					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com a rede soc

Quebras de ligação					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.		
Excesso de publicidade/ anúncios					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
Política de privacidade	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.		Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Utilização do serviço por parte de outros:					Não Sig.		Sig.		Sig.	
Outros motivos					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.

Motivos de insatisfação com o serviço c

Quebras de ligação					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
Política de privacidade							Não Sig.			
Capacidade de armazenamento									Não Sig.	
Outros motivos					Não Sig.		Não Sig.		Não Sig.	
NS/NR	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Motivos de insatisfação com o motor di

Quebras de ligação										
Qualidade do serviço/ Qualidade dos res:						Não Sig.				
Política de privacidade						Não Sig.	Não Sig.			Não Sig.
Excesso de publicidade/ anúncios										
Outros motivos							Não Sig.			
NS/NR						Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.	

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Falhas ocorridas durante a utilização dc

Sim	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Não	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado			Não Sig.							
Outros										
NS/NR										

Falhas ocorridas durante a utilização dc

Sim	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Não	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.

Principais responsáveis pelas falhas

Serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Operador de Internet e serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Dispositivo utilizado	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros								Não Sig.		
NS/NR										

4.2.4 Evolução das condições

Evolução do consumo de serviços VoIP

Consumo Passado:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

Evolução Presente-Futuro

Evolução do consumo de serviços de m

Consumo Passado:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Presente:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Consumo Futuro:

Min.										
Pop.										
Média	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Evolução Passado-Presente

Evolução Presente-Futuro

Variáveis

Significância estatística



485 euros vs 486 a 970 euros 485 euros vs 971 a 1455 euros 485 euros vs 1456 a 1940 euros 485 euros vs Mais de 1941 euros 486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros 486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros 486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros 971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros 971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros 1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros

Motivos de utilização de serviços VoIP €

Preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Segurança	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de chamadas em grupo	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Realização de videochamadas	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Facilidade de acesso ao serviço VoIP	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
A pessoa de contacto estar sempre cont.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Outros										
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.

Motivos de utilização de serviços de mens

Preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Segurança	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de texto	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Possibilidade de envio de mensagens de áudio	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Criação de grupos de mensagens com di	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
A pessoa de contacto estar sempre cont.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros										
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos de utilização de serviços de au

Preço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Segurança	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Qualidade do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Funcionalidades do serviço	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas

Melhoria da qualidade das chamadas po	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Int	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviços de Int	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Os serviços Voip aumentarem o seu núm	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.
Redução do preço do serviço de Internet						Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	
Os serviços VoIP passarem a ser de tráfeg						Não Sig.				
Outros							Não Sig.			
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t						Não Sig.				
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Motivos que levariam a utilizar apenas

Melhoria da qualidade das mensagens p	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Melhoria da qualidade do serviço de Int	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.
Aumentar o número de funcionalidades	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Se todas as pessoas da sua rede de cont	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet						Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Os serviços IM passarem a ser de tráfeg								Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros						Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço t	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.

Variáveis

Significância estatística



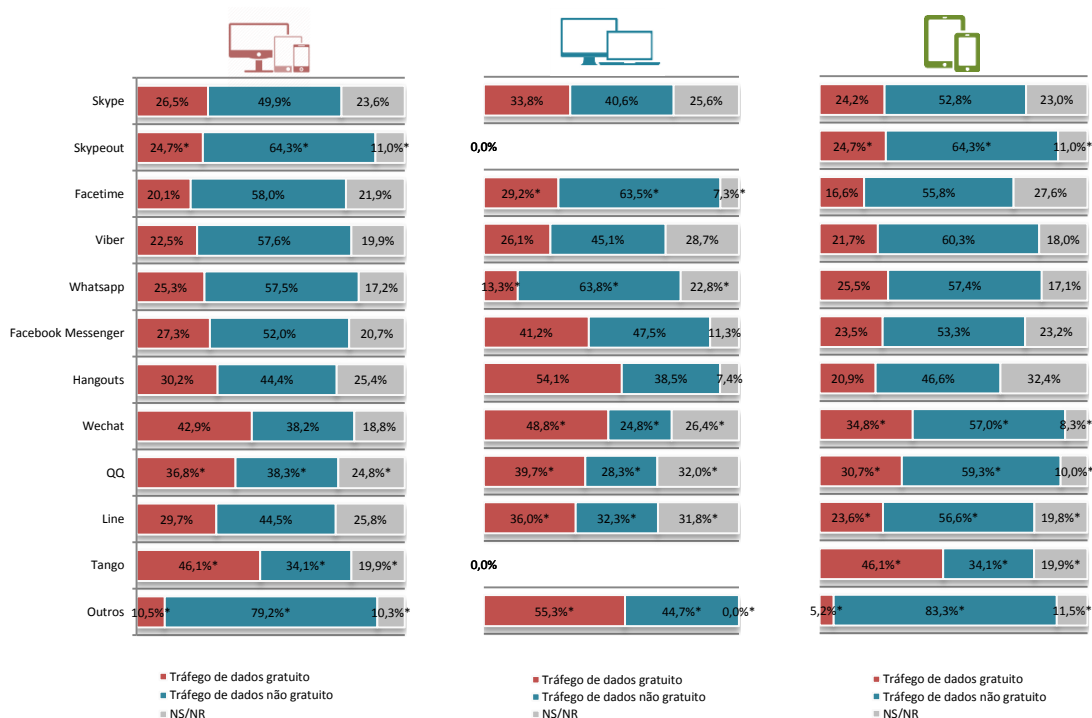
	485 euros vs 486 a 970 euros	485 euros vs 971 a 1455 euros	485 euros vs 1456 a 1940 euros	485 euros vs Mais de 1941 euros	486 a 970 euros vs 971 a 1455 euros	486 a 970 euros vs 1456 vs 1940 euros	486 a 970 euros vs Mais de 1941 euros	971 a 1455 euros vs 1456 a 1940 euros	971 a 1455 euros vs Mais de 1941 euros	1456 a 1940 euros vs mais de 1941 euros
--	------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	--	---

Motivos que levariam a utilizar apenas

Os conteúdos dos serviços audiovisuais/	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet fixa aumentar a su	Não Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
O serviço de Internet móvel aumentar a	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> au	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.
Redução do preço do serviço de Internet						Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.		Não Sig.
Os serviços audiovisuais/ <i>streaming</i> pas					Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Redução do preço dos serviços audiovisi	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Outros					Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
Nada o faria deixar de utilizar o serviço c	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.
NS/NR	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.	Sig.	Não Sig.

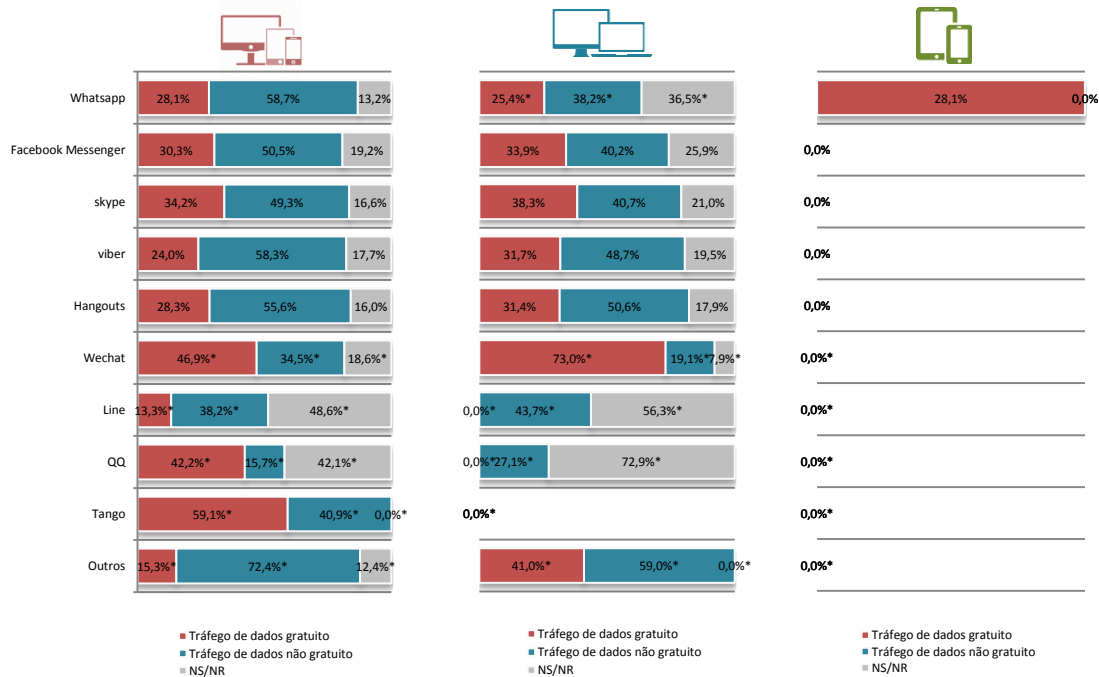
ANEXO D - TRÁFEGO GRATUITO E PAGO

VoIP - Tráfego gratuito e pago



Serviços VoIP de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Mensagens instantâneas - Tráfego gratuito e pago



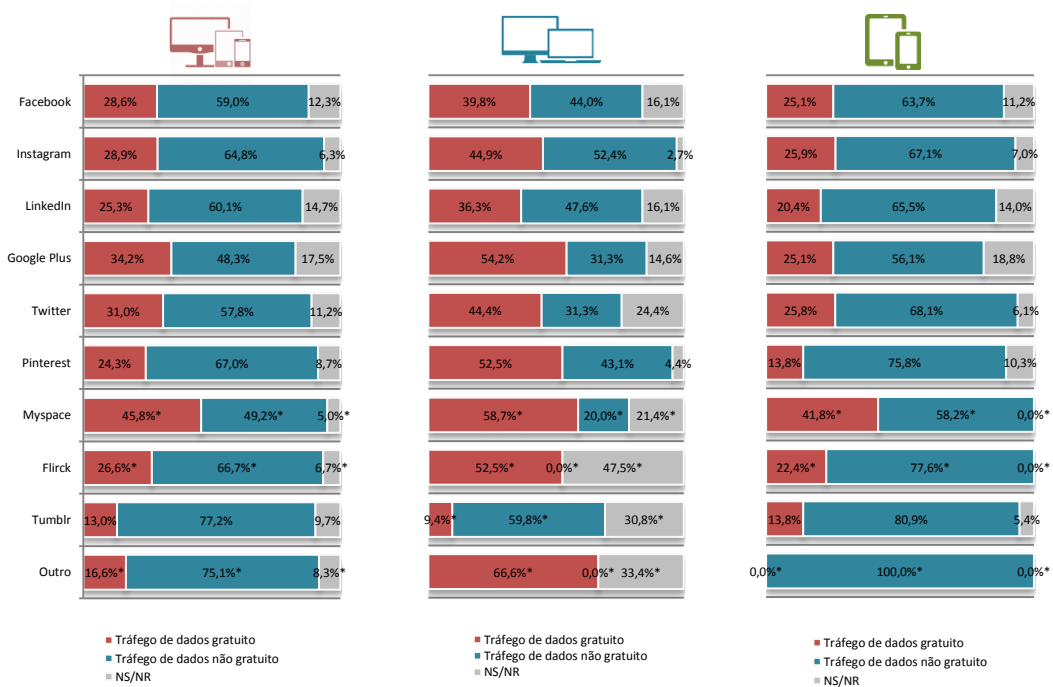
Serviços Mensagens Instantâneas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Serviços audiovisuais - Tráfego gratuito e pago



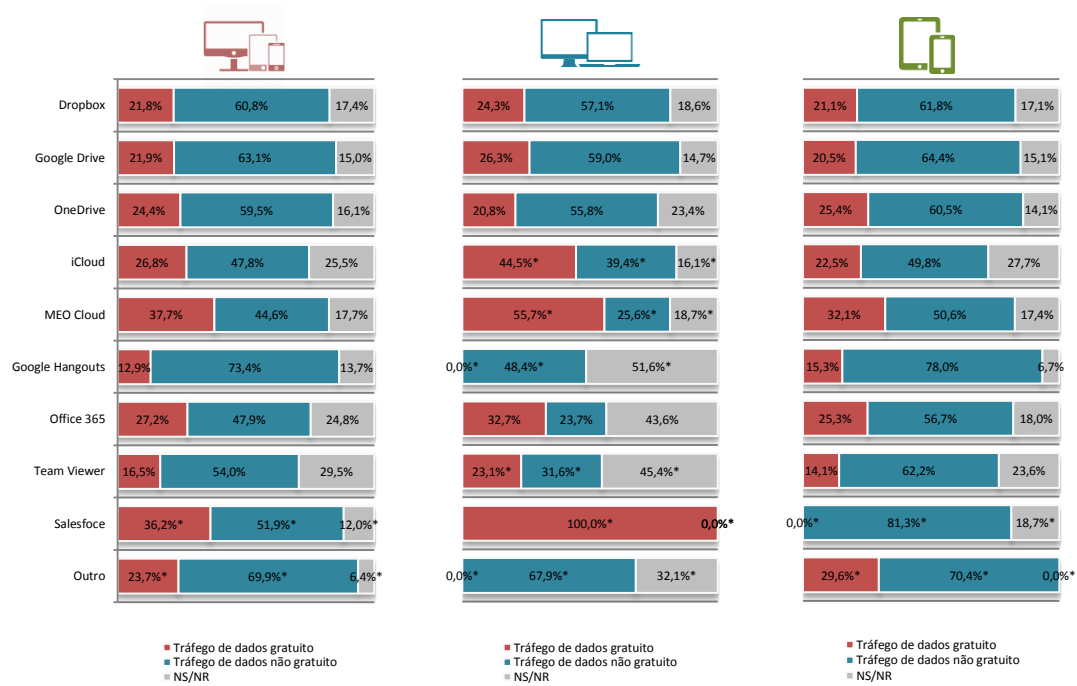
Serviços Audiovisuais distinguidos de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Redes sociais - Tráfego gratuito e pago



Redes Sociais distinguidas de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito

Partilha e armazenamento de ficheiros - Tráfego gratuito e pago



Serviços de Partilha e Armazenamento de Ficheiros de tráfego gratuito e de tráfego não gratuito