

**ANATEL – AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES**

**METODOLOGIA DO PROCESSO DE AFERIÇÃO DO GRAU DE SATISFAÇÃO  
DOS USUÁRIOS DO SERVIÇO TELEFÔNICO FIXO COMUTADO (STFC), DO  
SERVIÇO MÓVEL CELULAR (SMC) E DO DO SERVIÇO MÓVEL PESSOAL  
(SMP)**

**BRASÍLIA**

**Agosto de 2001**

# **METODOLOGIA DO PROCESSO DE AFERIÇÃO DO GRAU DE SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DO SERVIÇO TELEFÔNICO FIXO COMUTADO (STFC) E DO SERVIÇO MÓVEL CELULAR (SMC)**

## **Introdução**

O presente documento é o referido na Norma do Processo de Aferição do Grau de Satisfação dos Usuários do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC) e do serviço móvel celular (SMC). Descreva os aspectos teóricos e metodológicos aplicados na pesquisa de Satisfação do Usuário, incluindo-se as análises realizadas para a configuração final dos instrumentos de pesquisa, o processo de coleta e análise das informações, o processo de pré-testagem dos instrumentos. Apresenta igualmente os instrumentos de coleta de dados propriamente ditos.

## **O Processo de Identificação e Valoração dos Atributos Iniciais de Satisfação**

1. O processo de identificação e valoração dos atributos de satisfação que inicialmente serão utilizados na pesquisa de campo é organizado em duas partes. A primeira teórica e a segunda de detalhamento da implementação.

### **Parte 1. Contexto Teórico**

2. Proceder ao entendimento teórico da satisfação, com destaque para os seguintes pontos:
  - a. Contextualização do tema;
  - b. Revisão de literatura e de experiências em pesquisas de satisfação de usuários;
  - c. Importância da pesquisa de satisfação de usuários;
  - d. O prêmio nacional da qualidade;
  - e. Fundamentação teórica em satisfação de usuários;
  - f. Conceito de satisfação de usuários;
  - g. Satisfação do Usuário e qualidade dos serviços;
  - h. Satisfação e encantamento do usuário;
  - i. Tipos de estudos de satisfação de usuários;
  - j. Índices nacionais e setoriais de satisfação de usuários;
  - k. O papel do paradigma da desconfirmação na satisfação do usuário;
  - l. As escalas de medição da satisfação dos usuários;
  - m. A prática das pesquisas de satisfação dos usuários nas empresas.
3. Arquetar o método de pesquisa baseado em atributos de satisfação gerados com base científica apoiados em resultados de pesquisas de duas naturezas: 1) exploratória e qualitativa e 2) descritiva e quantitativa. A primeira com o objetivo de gerar os atributos de satisfação que fornecerão a base para a elaboração do instrumento de coleta de dados – questionário. A outra com o objetivo de medir o grau de satisfação dos usuários com nível de erro e de confiança estatisticamente garantidos conforme parâmetros quantitativos pré-definidos.
4. A arquitetura de pesquisa baseia-se na concepção metodológica fundamentada em:

- a. na perspectiva de análise ao nível micro, qual seja, a ótica da empresa quando decide criar um sistema de avaliação da satisfação de seus clientes;
  - b. nos estudos de perspectiva agregada sobre satisfação de clientes;
  - c. na visão cumulativa da satisfação do cliente;
  - d. na avaliação da performance das concessionárias sem a necessidade de avaliar também as expectativas do cliente.
5. A valoração dos atributos seguirá uma abordagem com o uso de técnicas estatísticas multivariadas, como a análise de regressão múltipla e a análise discriminante, que alcançam o impacto estatístico dos escores de atributos individuais sobre o escore de satisfação global. Esta análise, posterior à coleta dos dados, obtém indiretamente a importância atribuída a cada atributo pelos entrevistados e revela “quais as características que estão mais independentemente correlacionadas com os escores globais, ou seja, se elas fazem contribuições distintas e não sobrepostas sobre a satisfação”.
6. O processo de aferição do grau de satisfação dos usuários do serviço telefônico fixo comutado (STFC) e do serviço móvel celular (SMC) deve retratar, efetivamente, aquilo que estes usuários reputeem como sendo importante, nestes serviços, para o atendimento às suas necessidades. Como as necessidades dos usuários variam no tempo, por diversos motivos e de diversas formas, o processo deve identificar e quantificar as novas necessidades, de modo a avaliar realmente aquilo que o usuário valoriza como importante. Esta característica do processo lhe confere, portanto, uma forma dinâmica de identificar o grau de satisfação dos usuários com os atributos do serviço que atendem às suas necessidades mutantes. Em função disto, a metodologia contida na Proposta deve prever a identificação e monitoramento dos atributos importantes do comportamento do usuário do STFC e do SMC.
7. Na pesquisa exploratória e qualitativa, são tratados os procedimentos metodológicos referentes a:
- a. amostra;
  - b. coleta dos dados;
  - c. análise dos dados;
  - d. envolvimento dos executivos.
8. Na pesquisa descritiva e quantitativa, são tratados os procedimentos metodológicos referentes a:
- a. população e amostra;
  - b. coleta dos dados;
  - c. identificação de respondentes;
  - d. pré-notificação a mensuração da satisfação dos usuários;
  - e. tratamento dos dados.
9. Uma vez identificados e valorados os atributos, estes são selecionados conforme sistemática que permita eleger aqueles principais, os secundários e os não relevantes.

## **Parte 2. Detalhamento da Implementação**

10. A geração inicial dos atributos de satisfação resultou de uma pesquisa exploratória qualitativa e outra descritiva quantitativa.

11. A pesquisa exploratória baseou-se em pesquisa qualitativa - entrevistas em profundidade - em todas as partições, a fim de levantar os atributos a partir dos próprios usuários. Foi feita uma escolha da amostra que possibilitou entrevistar pessoas de diferentes níveis sócio-econômico-culturais, que pudessem refletir atributos diferenciados por segmentos distintos da população. O mesmo raciocínio se aplica no caso de organizações, onde as variáveis de estratificação foram o porte e o setor de atividade.
12. Para o STFC residencial: foram realizadas 136 entrevistas, sendo 4 em cada uma das 34 partições previstas. Foi feita uma distribuição das entrevistas, em cotas, de acordo com o seguinte critério: sexo, classe sócio-econômica e faixa etária. A quantidade de entrevistas por cota foi definida a partir de dados secundários disponíveis.
13. Para o STFC não-residencial: foram realizadas 136 entrevistas, sendo 4 em cada uma das 34 partições previstas. Foi feita uma distribuição das entrevistas, em cotas, de acordo com o seguinte critério: porte, setor de atividade. A quantidade de entrevistas por cota foi definida a partir de dados secundários disponíveis.
14. Para o STFC TUP's: foram realizadas 136 entrevistas, sendo 4 em cada uma das 34 partições previstas. Foi feita uma distribuição das entrevistas, em cotas, de acordo com o seguinte critério: sexo, classe sócio-econômica e faixa etária.
15. Para o SMC: foram realizadas 122 entrevistas, sendo 2 em cada uma das 61 partições previstas. Foi feita uma distribuição das entrevistas, em cotas, de acordo com o seguinte critério: sexo, classe sócio-econômica e faixa etária. A quantidade de entrevistas por cota foi definida a partir de dados secundários disponíveis.
16. Além das entrevistas com os usuários de serviços de telefonia, foi procedida uma revisão de literatura, incluindo eventuais atributos constantes em resultados de pesquisas sobre telefonia já realizadas. Igualmente foram incluídos os atributos prescritos pela ANATEL na Cláusula 6.5 do Capítulo VI do Contrato de Concessão do STFC e nas Cláusulas 11 e 12 do Capítulo V do Contrato de Concessão do SMC, a saber:
  - a. atributos prescritos na Cláusula 6.5 do Capítulo VI do Contrato de Concessão do STFC;
  - b. atendimento, facilidade de acesso, presteza, cordialidade, rapidez, eficácia na resposta a solicitações e reclamações, tarifas, descontos e adequação dos serviços;
  - c. atributos prescritos nas Cláusulas 11 e 12 do Capítulo V do Contrato de Concessão do SMC;
  - d. regularidade e continuidade, eficiência, segurança, atualidade, generalidade e cortesia.
17. A pesquisa quantitativa inicial gerou questionários a partir da junção das entrevistas em profundidade, da revisão de literatura e experiência acumulada das instituições que compõem o Consórcio, além dos atributos prescritos pela ANATEL. Foram aplicados a amostras de 400 usuários para cada uma das populações-alvo - STFC residencial, STFC não-residencial, STFC TUP's, SMC pós-pago e SMC pré-pago. Esta aplicação visou validar os atributos a serem incorporados no questionário definitivo a ser utilizado para a primeira tomada mensal de dados.

18. Foram selecionados os atributos para compor os questionários a serem utilizados no primeiro ciclo de pesquisa, considerando simultaneamente 3 (três) critérios baseados respectivamente em 3 (três) técnicas estatísticas de análise: de regressão múltipla, discriminante e fatorial.
19. O critério de análise de regressão múltipla ordena os atributos, do mais importante ao menos importante, utilizando-se os coeficientes padronizados, obtidos pela aplicação da técnica “stepwise”. Associa a cada atributo relevante “j” a posição ordinal  $E_{RM}(j)$  igual a 1 (um), e aos demais valor 0 (zero).
20. O critério de análise discriminante, pela técnica “stepwise”, identifica os atributos significativos que discriminam os usuários classificados em dois grupos: satisfeitos e insatisfeitos, associando a cada atributo “j” um valor  $E_{AD}(j)$  igual a 1 (um) ou 0 (zero).
21. O critério de análise fatorial identifica em cada fator extraído o atributo “j” mais relevante (identificado a partir de sua carga fatorial), associando a ele um valor binário  $E_{AF}(j)$  igual a 1 (um) ou 0 (zero).
22. Para a classificação dos atributos, tomou-se por base os resultados conjugados dos três critérios de avaliação de relevância dos atributos de satisfação, representados por um escore  $E(j)$ , obtido da seguinte forma:

$$E(j) = 3 * E_{RM}(j) + 2 * E_{AD}(j) + 1 * E_{AF}(j)$$

23. Criou-se a Matriz de Seleção de Atributos Principais e Secundários tal como apresentado a seguir:

**Matriz de Seleção de Atributos Principais e Secundários**

ATRIBUTOS	Critério 1 Regressão “Stepwise”	Critério 2 Análise Discriminante	Critério 3 Análise Fatorial	ESCORE FINAL
$A_1$	$E_{RM}(1)$	$E_{AD}(1)$	$E_{AF}(1)$	$E(1)$
$A_2$	$E_{RM}(2)$	$E_{AD}(2)$	$E_{AF}(2)$	$E(2)$
...	...	...	...	...
$A_n$	$E_{RM}(n)$	$E_{AD}(n)$	$E_{AF}(n)$	$E(n)$

24. Os atributos foram ordenados segundo o escore final ponderado,  $E(j)$ , o qual é apresentado em ordem decrescente, evidenciando essa ordenação a importância de cada atributo como determinante da satisfação geral do usuário. Em função dessa pontuação, os atributos são, então, classificados de acordo com quartis:
  - 1º quartil: os ¼ de atributos com escore final mais elevados;
  - 2º quartil: os ¼ de atributos com escore final subsequente (entre a mediana e o 1º quartil);
  - 3º quartil: os ¼ de atributos com escore final entre a mediana e o 4º quartil;
  - 4º quartil: os ¼ de atributos remanescentes.
25. Foram incluídos nos questionários:
  - a. os atributos do primeiro quartil, considerados como **PRINCIPAIS**;
  - b. os atributos do segundo quartil, considerados como **SECUNDÁRIOS**;

- c. os atributos julgados relevantes pela Anatel não incluídos nos dois primeiros quartis, considerados SECUNDÁRIOS.
26. A combinação das avaliações dos atributos nos 3 (três) critérios supra citados, definirá, portanto:
- a. quais os atributos que permanecerão como principais;
  - b. quais os atributos principais que passarão à condição de secundários;
  - c. quais os atributos secundários que passarão à condição de atributos principais;
  - d. quais os atributos secundários que perderão esta condição, deixando de ser considerados atributos pesquisáveis.

### **A Metodologia de Construção de Questionários Iniciais**

1. Para a construção dos instrumentos de coleta de dados – questionários, foram empregados procedimentos metodológicos validados pela literatura científica, destacando-se os seguintes:
  - a) revisão de literatura de pesquisas de natureza similar, utilizando-se bases de dados nacionais (SIBI, Dedalus, etc) e internacionais (Proquest, AMA, etc), de forma a incorporar a experiência de estudos anteriores e ainda de possibilitar, quando possível, a comparabilidade de resultados entre países;
  - b) entrevistas exploratórias junto a representantes de cada uma das populações-alvo, visando com isso levantar aspectos relevantes relacionados com expectativas e satisfação dos usuários dos diversos tipos de serviços telefônicos considerados, de modo a recolher subsídios para a estruturação das questões;
  - c) entrevistas com executivos e técnicos da Anatel, visando a coleta de dados secundários para a estruturação dos questionários;
  - d) utilização do critério de blocos de assunto homogêneos, visando com isso uma organização eficaz do questionário, bem como a facilitação na exteriorização das idéias e respostas por parte das pessoas a serem entrevistadas;
  - e) emprego do critério de superposição de variáveis por populações-alvo, de forma a possibilitar a geração de resultados comparáveis entre populações distintas;
  - f) utilização de uma questão aberta (para identificação de novos atributos no processo de auto-adaptabilidade) e de questões fechadas, que permitem a obtenção de resultados mensuráveis para variáveis avaliadas de forma estimulada por todos os entrevistados;
  - g) emprego de escalas apropriadas para mensuração das questões, com uso preferencial de escalas métricas (escalas de razão e intervalares, incluídas nestas as de diferencial semântico), mais poderosas para efeito de tratamento e análise de dados utilizando-se métodos estatísticos multivariados;

- h) utilização de procedimentos para sequenciamento de questões, de modo a evitar possíveis vieses de efeito halo;
- i) emprego de procedimentos de rodízio na aplicação de blocos de questões estimuladas, de forma a minimizar possíveis vieses de efeito de respostas por parte dos respondentes;
- j) *lay-out* adequado da estrutura dos questionários, de forma a compatibilizar os efeitos de impactos psicológicos favoráveis junto aos entrevistados (no caso de TUP), a facilidade na aplicação por parte dos pesquisadores e a eliminação de erros nos procedimentos de consistência dos dados.

Foram elaboradas diversas versões de questionários, as quais foram discutidas e pré-testadas, visando a eliminação de possíveis vieses e o aperfeiçoamento contínuo dos instrumentos de coleta de dados.

- 2. Na sistemática de acompanhamento dos atributos principais e secundários foram utilizados 3 (três) critérios para avaliar a importância dos atributos, a saber:
  - a) análise dos componentes principais e análise fatorial aplicada sobre o conjunto total de atributos e por blocos de atributos, juntamente com a análise de confiabilidade da escala (alfa de Cronbach) – para identificação das estruturas de intercorrelações existentes;
  - b) análise discriminante aplicada sobre os escores de (in)satisfação, para todos os atributos e por blocos de atributos ;
  - c) análise de regressão múltipla, tomando como variável dependente a satisfação geral dos usuários em cada bloco e, como variáveis independentes, os próprios atributos ou itens do questionário.
- 3. No critério de análise fatorial, os principais indicadores estatísticos avaliados em cada processamento efetuado – geral e por bloco de atributos – foram:
  - a) matriz de correlação e de significância dos atributos;
  - b) matriz de anti-imagem dos atributos e de adequabilidade amostral;
  - c) teste de Kaiser-Meier-Olkin e de esfericidade de Bartlett;
  - d) eigenvalues e variância explicada pelos fatores extraídos;
  - e) comunalidades dos atributos;
  - f) matriz rotacionada de cargas fatoriais;
  - g) coerência interpretativa dos fatores;
  - h) análise de confiabilidade (teste de Hotelling, alfa de Cronbach e teste de Gutman).
- 4. No critério de análise discriminante “stepwise”, os principais indicadores estatísticos avaliados em cada processamento efetuado – geral e por bloco de atributos – foram:
  - a) eigenvalue;
  - b) coeficiente de correlação canônica;
  - c) lambda de Wilks;
  - d) coeficientes padronizados da função discriminante canônica;
  - e) matriz de classificação de casos.
- 5. No critério da regressão múltipla “stepwise”, os principais indicadores estatísticos avaliados em cada processamento efetuado – geral e por bloco de atributos – foram:
  - a) coeficiente de correlação do modelo;

- b) coeficiente de determinação ajustado do modelo;
- c) erro-padrão da estimativa do modelo;
- d) teste de Durbin-Watson;
- e) coeficientes padronizados dos atributos significativos.

### **O Processo de Coleta, Tratamento e Análise de Informações – Teste Piloto**

1. As atividades de coleta, crítica, codificação, digitação e consistência dos dados foram desenvolvidas de acordo com os seguintes procedimentos metodológicos:
  - a) utilização de pesquisadores, de supervisores e de coordenadores de campo com ampla experiência em estudos dessa natureza: pesquisa de satisfação com uso das técnicas de coleta por telefone (STFC-R, STFC-NR, SMC-pós-pago e SMC-pré-pago) e por entrevista pessoal *face to face* (TUP);
  - b) diferenciação de pesquisadores segundo a natureza da técnica de coleta de dados: entrevista por telefone e entrevista *face to face*, visando com isso compatibilização com o perfil dos entrevistados e especialização no público pesquisado;
  - c) treinamento dos pesquisadores em duas etapas. A primeira, consistindo na apresentação dos objetivos do estudo, metodologia empregada, discussão das perguntas que compõem os questionários da pesquisa e dos procedimentos operacionais e administrativos de campo. A segunda, consistindo da aplicação de um questionário por pesquisador e discussão da entrevista realizada, esclarecendo-se eventuais dúvidas porventura existentes. Com isto, procurou-se garantir padronização nos procedimentos de campo, de forma a assegurar a obtenção de resultados confiáveis. Esta metodologia, aliada à utilizada na construção dos questionários, visa atender ao princípio de validade interna da pesquisa (mensuração eficaz das variáveis de pesquisa);
  - d) a crítica dos questionários foi efetuada por uma equipe de coordenação e supervisão de campo;
  - e) disponibilização de uma Central de Atendimento Telefônico, dentro do conceito “*toll free*”, para uso de entrevistados que desejarem obter esclarecimentos adicionais ou eliminar dúvidas sobre a pesquisa;
  - f) Os questionários aprovados na etapa de teste piloto foram codificados (questões abertas) e submetidos para digitação e consistência eletrônica dos dados;
  - g) No caso da pesquisa junto a usuários de TUP’s, para efeito de realização do trabalho de coleta dos dados, os pesquisadores receberam um “*kit*” composto de: pasta personalizada para acondicionamento dos materiais de campo; conjunto de questionários da pesquisa; manual de instruções; conjunto de cartões; materiais referentes ao plano amostral; carta de apresentação da instituição contratada e cartão de identificação do pesquisador com foto;
  - h) No caso específico das pesquisas junto a usuários de STFC Residencial, STFC Não residencial, SMC Pós-pago e SMC Pré-pago, a técnica de coleta de dados foi (e será na pesquisa mensal) através de entrevista telefônica, utilizando-se o sistema computadorizado de apoio às entrevistas por telefone. O sistema de coleta de dados inclui: uso em rede de microcomputadores; controle da amostragem no servidor da rede; discagem automática e marcação de entrevista; consistência de valores aceitos nas perguntas do questionário; geração de estatísticas de entrevistas realizadas (por concessionária, partição, dia, horário, pesquisador, por tempo de duração das entrevistas, retornos, substituição de unidades amostrais, etc);



- i) Considerando que as entrevistas foram realizadas tanto no período diurno quanto noturno, assim como durante a semana e finais de semana, a composição da equipe de campo prevê o uso do sistema de rodízio de pessoal por turno de trabalho.
2. A atividade de tratamento das informações referente às entrevistas foi realizada de acordo com os seguintes procedimentos metodológicos:
- a) Foram estruturadas 5 bases de dados, uma para cada tipo de população-alvo (STFC Residencial, STFC Não residencial, TUP's, SMC Pré pago e SMC Pós pago) para uso em software de tratamento estatístico multivariado de informações;
  - b) A base de dados para a população-alvo TUP foi formada através de dupla digitação independente dos questionários com uso do sistema de valores aceitos por pergunta e de batimento dos campos dos dois vetores de dados. Ou seja, o sistema de *data entry* consiste da digitação de cada questionário por 2 digitadores em 2 microcomputadores distintos. Através de um *software* específico, é efetuada a consistência dos valores em cada um dos campos, com emissão de relatório das eventuais inconsistências;
  - c) As bases de dados das 4 outras populações-alvo foram extraídas diretamente do uso do sistema computadorizado de apoio às entrevistas por telefone, as quais são geradas para uso no software de tratamento estatístico multivariado de informações.
3. O processamento das 5 bases de dados foi efetuado utilizando-se o software de tratamento estatístico multivariado de informações, específico para uso de pesquisa científica aplicada. Foram utilizados os seguintes procedimentos de análise:
- a) **univariados**: consistindo na geração de tabelas ou gráficos das freqüências relativas de cada uma das variáveis que compõe os 5 questionários da pesquisa, assim como de estatísticas descritivas (média, desvio-padrão, mediana, etc);
  - b) **bivariados**: consistindo na geração de tabelas ou gráficos de freqüências relativas das variáveis do banco de dados cruzadas por variáveis de classificação dos usuários a saber:
    - 1. STFC – Residencial : região geográfica e estado; faixa etária; renda familiar; escolaridade; sexo; tipo de município (capital ou interior);
    - 2. STFC – Não residencial: região geográfica e estado; porte da organização; segmento econômico a que pertence a organização; cargo do entrevistado na organização;
    - 3. STFC – TUP: região geográfica e estado; tipo de TUP (cabine, orelhão, de parede/balcão e outra); localização do TUP (shopping, favela, rua, etc); tipo de município (capital ou interior); faixa etária do usuário; renda familiar; escolaridade; sexo.
    - 4. SMC Pós-pago: região geográfica e estado; tipo de município (capital ou interior); faixa etária do entrevistado; renda familiar; escolaridade; sexo.
    - 5. SMC Pré-pago: região geográfica e estado; tipo de município (capital ou interior); faixa etária do entrevistado; renda familiar; escolaridade; sexo.
  - c) **multivariados**: consistindo na aplicação de métodos estatísticos integrativos, os quais, através de uma forma simples e visual, permitem avaliar um grande número de variáveis de forma simultânea, levando em conta as intercorrelações existentes entre elas. Foram utilizados os seguintes métodos multivariados de análise de dados:
    - “**factor analysis**”: objetivando avaliar estruturas de correlações existentes entre variáveis relativas a satisfação dos usuários de serviços de telefonia fixa ou móvel;
    - “**cluster analysis**”: visando agrupar usuários em perfis similares segundo as variáveis de satisfação em relação aos serviços de telefonia fixa ou móvel.

Pretende-se, com isso, identificar segmentos de respondentes agrupados dentro de cada uma das 5 populações-alvo, a partir dos atributos de satisfação;

- **“discriminant analysis”**: visando identificar as variáveis mais relevantes que diferenciam os segmentos multivariados identificados, para cada uma das populações-alvo;
- **“perceptual mapping”**: visando mostrar qual o perfil de cada segmento, em termos de conjuntos de variáveis que compõem o banco de dados da pesquisa. O uso deste método permitirá uma apresentação visual integrada dos resultados obtidos segundo as diversas populações-alvo pesquisadas, segmentos multivariados identificados e variáveis de caracterização sócio-econômico-cultural dos respondentes;
- **“profile analysis”**: visa estabelecer comparativamente as diferenças existentes entre os públicos pesquisados e segmentos multivariados frente aos atributos de satisfação considerados.

### **Equipe Técnica e de Campo do Teste Piloto**

1. Para a elaboração do Teste Piloto foi estruturada uma equipe técnica e de campo multidisciplinar, especializada e experiente, de forma a atingir os parâmetros de eficácia e de eficiência para o projeto.
2. A equipe técnica central inclui a utilização de profissionais das seguintes especialidades: pesquisa e marketing; estatística; informática; psicologia e sociologia; engenharia e telecomunicações.
3. A equipe de campo contempla a utilização de profissionais nas seguintes funções: coordenação de campo; supervisão de campo; crítica de dados; aplicação dos questionários - pesquisadores.

### **Validação dos Questionários Iniciais**

1. Todo o instrumento de mensuração passou por testes de validade de conteúdo e de confiabilidade, além da validade de construto. Entende-se por validade de conteúdo a eficácia do instrumento de mensuração – ou seja, efetivamente medir o que se propõe medir. Já a confiabilidade refere-se à condição do instrumento de ser aplicado a situações de medição semelhantes à original – ou seja, aquela onde o teste foi realizado – no caso, em todas as partições amostrais. Finalmente a validade de construto visa identificar qual constructo, ou quais características, estão, de fato, sendo mensuradas; ou seja, visa corroborar a pressuposição de que os questionários para mensuração de satisfação estão realmente medindo a satisfação do usuário em toda a sua plenitude.
2. Para a verificação da validade dos instrumentos de pesquisa foi utilizada a validação de conteúdo, com base na opinião de *experts* e na literatura pertinente. Para tanto, foram escolhidos, por critério de julgamento, *experts* para validação de conteúdo dos instrumentos destinados ao STFC (residencial e não-residencial), ao SMC e ao TUP.
3. O grupo de *experts* utilizado para a validação de conteúdo dos instrumentos da pesquisa foi constituído de executivos e/ou técnicos da ANATEL e por professores de marketing

especializados no tema “Satisfação de Clientes”. Tais *experts* tiveram plenas condições para opinar acerca da propriedade e adequação de cada um dos indicadores de satisfação utilizados nos instrumentos de pesquisa.

4. A escolha dos *experts* foi feita com base no julgamento de suas competências para a tarefa de verificação de validade e não, necessariamente, pela sua representatividade geográfica. A identificação dos *experts* foi subsidiada por uma investigação exploratória inicial junto às principais universidades brasileiras e junto à ANATEL.
5. O meio utilizado na validade de construto foi a análise fatorial, em suas duas abordagens (validade convergente e validade discriminante). A validade convergente estará evidenciada em cada um dos blocos de satisfação, pois todos os itens que representam uma dimensão (faceta) da satisfação estarão fortemente correlacionados, encontrando-se em um único fator. Da mesma forma, a validade discriminante também poderá ser comprovada em todas as dimensões de satisfação, pois nenhum dos fatores deverá incorporar mais de um bloco. Esse procedimento vai ao encontro do uso da análise fatorial com rotação oblíqua para possibilitar a verificação da estrutura interna de cada questionário (validade interna).
6. Os resultados da análise fatorial apresentaram os testes de esfericidade (Bartlett) e de adequação da amostra (KMO), indicando se a matriz utilizada é adequada para a análise empregada.
7. Outro expediente adotado para se verificar a validade de constructo foi a utilização da análise fatorial confirmatória (também chamada de modelagem de equações estruturais), onde são especificadas quais variáveis indicam quais dimensões latentes e o ajustamento (*goodness-of-fit*) de cada sub-modelo é, então, averiguado.

**QUESTIONÁRIO**  
**SEGMENTO: USUÁRIOS DE TELEFONES RESIDENCIAIS (STFC-R)**

|\_|\_|\_|\_|  
(Iden)

|\_|\_|\_|\_|  
(Setor)

<b>DADOS DO(A) RESPONDENTE</b>	
NOME:	
ENDEREÇO:	
CIDADE:	ESTADO:
TEL. RESID.:	TEL. COML.:

<b>DADOS DA ENTREVISTA</b>	
PESQUISADOR(A):	
DATA: ___/___/___	HORA INÍCIO:                      HORA TÉRMINO:

<b>CRÍTICA DOS DADOS</b>	

<b>BLOCO 1</b>	<b>GRAU DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO TELEFONE FIXO RESIDENCIAL</b>														
[CUMPRIMENTOS E SOLICITAÇÃO DE PERMISSÃO PARA REALIZAR ENTREVISTA SOBRE TELEFONE FIXO RESIDENCIAL.]															
1. Eu vou ler alguns itens sobre telefone fixo residencial e gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse se está satisfeito ou insatisfeito com eles.															
[PESQUISADOR: Para cada item lido, solicitar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].															
<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>RODÍZIO:</b></td> </tr> <tr> <td>( )</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>( )</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>( )</td> <td>46</td> </tr> </table>								<b>RODÍZIO:</b>		( )	1	( )	23	( )	46
<b>RODÍZIO:</b>															
( )	1														
( )	23														
( )	46														
ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO								
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente									
<b>A) ATENDIMENTO</b>															
1. Facilidade de contato com a empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
2. Atendimento pessoal realizado pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia quando o(a) Sr(a) vai no escritório da empresa para resolver problemas/ dúvidas/ reclamações.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
3. Atendimento realizado por telefone pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
4. Interesse/ boa vontade dos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia em resolver os problemas/ dúvidas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
<b>A) ATENDIMENTO (Continuação)</b>							
5. Tratamento por parte dos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
6. Clareza das informações prestadas pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
7. Solução dada pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia ao problema/ dúvida/ reclamação apresentada.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
8. Rapidez com que é dada a resposta pela empresa de telefonia ao problema/ dúvida/ reclamação apresentada.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
9. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com o atendimento prestado pelos(as) funcionários(as) e pela empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
<b>B) CONTA, COBRANÇA E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO</b>							
10. Quantidade de informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
11. Utilidade das informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
12. Clareza/ detalhamento das informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
13. Exatidão dos valores cobrados na conta (precisão da conta).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
14. Recebimento de contas separadas por empresa de telefonia utilizada.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
15. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a conta, cobrança e condições de pagamento.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total- mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total- mente	
<b>C) OPÇÕES DE PAGAMENTO</b>							
16. Facilidade de escolha da melhor data para pagamento da conta telefônica.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
17. Existência de diferentes formas de pagamento da conta (débito em conta, cartão de crédito, bancos disponíveis para fazer o pagamento).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
18. Prazo entre recebimento da conta e data limite para fazer o pagamento.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
19. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as opções de pagamento.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
<b>D) QUALIDADE DAS LIGAÇÕES</b>							
20. Facilidade para conseguir linha.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
21. Qualidade do som nas ligações locais (volume do som, nível de ruído ou chiado, eco e linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
22. Quantidade de vezes que completa a ligação para um número discado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
23. Qualidade das ligações feitas por telefone fixo para telefone celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
24. Qualidade das ligações a cobrar.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
30. Qualidade das ligações recebidas de telefone celular para o telefone fixo.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
25. Qualidade das ligações para enviar e receber fax.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
26. Qualidade das ligações de um telefone fixo para outro telefone fixo.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
27. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a qualidade da ligação.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<b>E) TARIFAS/ PREÇOS</b>							
28. Promoções de tarifas reduzidas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
29. Preço cobrado por impulso para ligações locais.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
30. Preço cobrado pela assinatura básica [valor mínimo da conta].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
31. Valor dos descontos de acordo com horários (noite, fim de semana, etc).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
32. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as tarifas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
<b>F) INFORMAÇÕES</b>							
33. Clareza das informações apresentadas através de anúncios das empresas de telefonia na TV, Rádio, Jornais e Revistas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
34. Utilidade das informações apresentadas pelas empresas de telefonia através de anúncios na TV, Rádio, Jornais e Revistas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
35. Clareza das informações apresentadas nos manuais, catálogos e folhetos da empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
36. Quantidade de informações sobre os serviços oferecidos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
37. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as informações.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<b>G) SERVIÇOS</b>							
38. Utilidade/ adequação dos serviços oferecidos pela empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
39. Facilidade/ praticidade na utilização dos serviços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
40. Modernidade, atualização tecnológica da empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
41. Clareza das informações sobre as tarifas cobradas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
42. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com os serviços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
<b>H) SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA</b>							
43. Rapidez no conserto de defeitos/ problemas apresentados no telefone.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
44. Horário para efetuar consertos de linhas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
45. Interesse/ boa vontade dos técnicos da empresa de telefonia que efetuam consertos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
46. Capacidade/ conhecimento dos técnicos da empresa de telefonia que efetuam consertos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
47. Tempo para instalação do telefone em casa.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
48. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com os serviços de assistência técnica.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

[PESQUISADOR: Aplicar esta pergunta após a conclusão do rodízio da Perg. 1].

2. Pensando agora em todos os aspectos que o(a) Sr(a) falou, qual o grau de satisfação ou insatisfação que o(a) Sr(a) sente em relação a empresa de telefonia fixa que atende sua residência?

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
SATISFAÇÃO GERAL COM A EMPRESA DE TELEFONIA FIXA RESIDENCIAL LOCAL.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

**BLOCO 2****SATISFAÇÃO COM A EMPRESA DE TELEFONIA INTERURBANA (DDD)**

1. O(A) Sr(a) costuma utilizar o telefone de sua residência para fazer interurbanos?

( ) 1. Sim [CONTINUE]

( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 3]

2. Qual a empresa de telefonia que o(a) Sr(a) mais utiliza para fazer interurbanos?

\_\_\_\_\_

Nome da empresa de telefonia

\_\_\_\_|\_\_\_\_|

Código

3. Agora eu gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse sobre sua satisfação ou insatisfação com essa empresa de telefonia em relação a alguns fatores que eu vou ler, sobre telefonia interurbana (DDD).

[PESQUISADOR: Para cada item lido, solicitar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
- Qualidade das ligações interurbanas (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações interurbanas no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação interurbana.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações interurbanas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações interurbanas pela [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações interurbanas da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Clareza da conta para as ligações interurbanas da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Detalhamento da conta para as ligações interurbanas da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações interurbanas com a [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

4. Além da [...citar empresa de telefonia da Perg. 1 deste Bloco ...] o(a) Sr(a) utiliza alguma outra empresa de telefonia para fazer interurbanos?

- ( ) 1. Sim [CONTINUE]  
 ( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 3]

5. Qual é a outra empresa de telefonia que o(a) Sr(a) também utiliza?

\_\_\_\_\_ |\_\_\_\_\_|  
 Nome da empresa de telefonia Código

6. Da mesma forma, eu gostaria de saber sobre sua satisfação ou insatisfação em relação a alguns fatores dessa outra empresa de telefonia.

[PESQUISADOR: Aplicar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
- Qualidade das ligações interurbanas (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações interurbanas no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação interurbana.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações interurbanas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações interurbanas pela [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações interurbanas da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Clareza da conta para as ligações interurbanas da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Detalhamento da conta para as ligações interurbanas da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações interurbanas com a [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

**BLOCO 3****SATISFAÇÃO COM A EMPRESA DE TELEFONIA INTERNACIONAL (DDI)**

1. O(A) Sr(a) costuma utilizar o telefone de sua residência para fazer ligações internacionais?  
 ( ) 1. Sim [CONTINUE]  
 ( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 4]
2. Qual a empresa de telefonia que o(a) Sr(a) mais utiliza para fazer ligações internacionais?  
 \_\_\_\_\_  
 Nome da empresa de telefonia
- \_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_|  
 Código
3. Agora eu gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse sobre sua satisfação ou insatisfação com essa empresa de telefonia em relação a alguns fatores que eu vou ler, sobre telefonia internacional (DDI).  
 [PESQUISADOR: Para cada item lido, solicitar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
- Qualidade das ligações internacionais (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de Igações internacionais sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações internacionais no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação internacional.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações internacionais.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações internacionais pela [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações internacionais da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Clareza da conta para as ligações internacionais da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Detalhamento da conta para as ligações internacionais da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações internacionais com a [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

4. Além da [...citar empresa de telefonia da Perg. 1 deste Bloco ...] o(a) Sr(a) utiliza alguma outra empresa de telefonia para fazer ligações internacionais?

- ( ) 1. Sim [CONTINUE]  
 ( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 4]

5. Qual é a outra empresa de telefonia que o(a) Sr(a) também utiliza?

\_\_\_\_\_ |\_\_\_\_\_|  
 Nome da empresa de telefonia Código

6. Da mesma forma, eu gostaria de saber sobre sua satisfação ou insatisfação em relação a alguns fatores dessa outra empresa de telefonia.

[PESQUISADOR: Aplicar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
- Qualidade das ligações internacionais (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de Igações internacionais sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações internacionais no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação internacional.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações internacionais.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações internacionais pela [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações internacionais da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Clareza da conta para as ligações internacionais da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Detalhamento da conta para as ligações internacionais da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações internacionais com a [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

**BLOCO 4****NOVOS ATRIBUTOS**

1. O(A) Sr(a) poderia falar ainda sobre algum outro aspecto de satisfação ou insatisfação em relação aos serviços e a empresa de telefonia fixa residencial local, além daqueles que já foram mencionados?


**BLOCO 5****USO DO TELEFONE**

1. Aproximadamente, quanto o telefone de sua residência é utilizado, em termos percentuais:

1. Para fazer ligações	_ _ _ _
2. Para receber ligações	_ _ _ _
	-----
	100%
3. Durante o dia	_ _ _ _
4. À noite	_ _ _ _
	-----
	100%
5. Durante a semana	_ _ _ _
6. No fim de semana	_ _ _ _
	-----
	100%

2. Considerando todas as pessoas que residem nessa casa, o(a) Sr(a) poderia me dizer qual a principal finalidade com que o telefone fixo é usado?

--

**BLOCO 6****DADOS SÓCIO-ECONÔMICOS**

1. Quantas linhas de telefone fixo o(a) Sr(a) tem na sua residência?

|\_\_\_\_| linhas

2. E quantos aparelhos tem instalados na sua residência?

|\_\_\_\_| aparelhos

3. O(A) Sr(a) costuma usar telefone público/ orelhão?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

4. O(A) Sr(a) tem acesso à Internet na sua residência?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

5. O(A) Sr(a) tem na sua residência?

**Quantidade**

Automóveis |\_\_\_\_|

Computador |\_\_\_\_|

Celular pré-pago |\_\_\_\_|

Celular pós-pago |\_\_\_\_|

6. Na sua residência tem TV a cabo ou por satélite?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

7. A sua residência é:

( ) 1. Própria quitada

( ) 2. Própria financiada

( ) 3. Alugada

( ) 4. Outra situação



8. Quantas pessoas moram na sua residência, incluindo empregados?

|\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_| pessoas

9. Quem são essas pessoas? (Pai, mãe, esposa(o), companheira(o), filho(a), amigo(a), etc.)  
[PESQUISADOR: A partir das respostas, classificar o domicílio.]

( ) 1. Casal com filho(s) menor(es) de 18 anos

( ) 2. Casal com filho(s) maior(es) de 18 anos

( ) 3. Casal com filho(s) menor(es) e maior(es) de 18 anos

( ) 4. Casal sem filhos

( ) 5. Solteiro(a) com filho(s)

( ) 6. Indivíduos vivendo com outros

( ) 7. Indivíduos vivendo sozinhos

( ) 8. Viúvo(a)/ desquitado(a)/ divorciado(a) com filhos

( ) 9. Outra. Qual? |\_\_\_\_\_| (Especificar)

10. Quantos membros da residência contribuem para a renda total do domicílio?

|\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_| pessoas

11. Caso fossem somadas as rendas individuais de todos os moradores, qual seria o total aproximado da renda domiciliar?

R\$ |\_\_\_\_\_|

12. O(A) Sr(a) tem cartão de crédito?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

13. Caracterização do(a) respondente:

Sexo	Idade	Estado Civil	Grau de Instrução	Ocupação
<input type="checkbox"/> 1. Masc. <input type="checkbox"/> 2. Fem.	____ ____	<input type="checkbox"/> 1. Solteiro <input type="checkbox"/> 2. Casado <input type="checkbox"/> 3. Divorciado <input type="checkbox"/> 4. Viúvo <input type="checkbox"/> 5. Outro	<input type="checkbox"/> 1. 1º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 2. 1º Grau completo <input type="checkbox"/> 3. 2º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 4. 2º Grau completo <input type="checkbox"/> 5. Superior incompleto <input type="checkbox"/> 6. Superior completo	<input type="checkbox"/> 1. Empresário <input type="checkbox"/> 2. Prof. liberal <input type="checkbox"/> 3. Funcionário público <input type="checkbox"/> 4. Funcionário empresa privada <input type="checkbox"/> 5. Autônomo <input type="checkbox"/> 6. Estudante <input type="checkbox"/> 7. Aposentado <input type="checkbox"/> 8. Desempregado

**OBSERVAÇÕES**

**QUESTIONÁRIO**

SEGMENTO: USUÁRIOS DE TELEFONES NÃO-RESIDENCIAIS (STFC-NR)

|\_|\_|\_|\_|\_|\_|\_|  
(Iden)

|\_|\_|\_|\_|\_|\_|\_|  
(Setor)

**DADOS DA EMPRESA/ INSTITUIÇÃO**

NOME:

ENDEREÇO:

CIDADE:

ESTADO:

TEL. COML.:

RAMAL:

**DADOS DA(O) RESPONDENTE**

NOME:

CARGO:

TEMPO QUE TRABALHA NA EMPRESA/INSTITUIÇÃO (Em Anos):

**DADOS DA ENTREVISTA**

PESQUISADOR(A):

DATA: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

HORA INÍCIO:

HORA TÉRMINO:

**CRÍTICA DOS DADOS**

<b>BLOCO 1</b>	<b>GRAU DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO TELEFONE FIXO NÃO RESIDENCIAL</b>														
[CUMPRIMENTOS E SOLICITAÇÃO DE PERMISSÃO PARA REALIZAR ENTREVISTA SOBRE TELEFONE FIXO NÃO RESIDENCIAL.]															
1. Eu vou ler alguns itens sobre telefone fixo da sua empresa/ instituição e gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse se está satisfeito ou insatisfeito com eles.															
[PESQUISADOR: Para cada item lido, solicitar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].															
<table border="1"> <tr> <td colspan="2"><b>RODÍZIO:</b></td> </tr> <tr> <td>( )</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>( )</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>( )</td> <td>42</td> </tr> </table>								<b>RODÍZIO:</b>		( )	1	( )	21	( )	42
<b>RODÍZIO:</b>															
( )	1														
( )	21														
( )	42														
ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO								
	Total- mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total- mente									
<b>A) ATENDIMENTO</b>															
1. Facilidade de contato com a empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
2. Tempo que fica aguardando ao telefone para ser atendido pelo(a) funcionário(a) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
3. Atendimento pessoal realizado pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia quando o(a) Sr(a) ou algum representante da sua empresa vai no escritório da empresa de telefonia para resolver problemas/ dúvidas/ reclamações.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
4. Atendimento realizado por telefone pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
5. Atendimento realizado através de mensagens gravadas da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
6. Interesse/ boa vontade dos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia em resolver os problemas/ dúvidas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
7. Tratamento por parte dos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								
8. Clareza das informações prestadas pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )								

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<b>A) ATENDIMENTO (Continuação)</b>							
9. Solução dada pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia ao problema/ dúvida/ reclamação apresentada.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
10. Rapidez com que é dada a resposta pela empresa de telefonia ao problema/ dúvida/ reclamação apresentada.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
11. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com o atendimento prestado pelos(as) funcionários(as) e pela empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
<b>B) CONTA, COBRANÇA E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO</b>							
12. Quantidade de informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
13. Utilidade das informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
14. Clareza/ detalhamento das informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
15. Exatidão dos valores cobrados na conta (precisão da conta).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
16. Preço cobrado por impulso nas ligações locais.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
17. Valor dos descontos de acordo com horários (noite, fim de semana, etc)	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
20. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a conta, cobrança e condições de pagamento.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
<b>C) QUALIDADE DAS LIGAÇÕES</b>							
21. Facilidade para conseguir linha.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
22. Rapidez para completar a ligação.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
28. Qualidade das ligações feitas por telefone fixo para telefone celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
29. Qualidade das ligações recebidas de telefone fixo para outro telefone fixo.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
30. Qualidade das ligações para enviar e receber fax.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
33. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a qualidade da ligação.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
D) TARIFAS/ PREÇOS							
36. Preço cobrado pela assinatura básica [valor mínimo da conta].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
37. Preço do serviço de auxílio à lista.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
39. Valor da taxa de transferência cobrada pela empresa de telefonia local [transferência de proprietário ou mudança de endereço].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
40. Valor cobrado para comprar uma linha telefônica.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
41. Recebimento de contas separadas por empresa de telefonia utilizada.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
42. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as tarifas/preços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
E) INFORMAÇÕES PRESTADAS PELA EMPRESA DE TELEFONIA							
43. Facilidade de obtenção de informações sobre as diferentes tarifas cobradas pela empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
44. Clareza das informações comparativas das diferentes tarifas cobradas pelas empresas de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
45. Clareza nas informações que orientam como usar o telefone e serviços oferecidos pela empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
46. Clareza das informações apresentadas através de anúncios das empresas de telefonia na TV, Rádio, Jornais e Revistas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
47. Utilidade das informações apresentadas pelas empresas de telefonia através de anúncios na TV, Rádio, Jornais e Revistas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
48. Utilidade das informações apresentadas nos manuais, catálogos e folhetos da empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
49. Variedade dos serviços oferecidos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
51. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as informações.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
F) SERVIÇOS							
52. Rapidez na transferência de linha.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
53. Tempo para obtenção de uma nova linha.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
54. Mudança de números de telefones.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
55. Quantidade de linhas em sua empresa/ instituição.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
56. Modernidade/ atualização tecnológica da empresa de telefonia local.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
57. Promoções de tarifas reduzidas	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
58. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com os serviços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
G) SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA							
59. Rapidez no conserto de defeitos/ problemas apresentados no telefone.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
60. Qualidade da solução dos defeitos/ problemas do telefone.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
61. Interesse/ boa vontade dos técnicos da empresa de telefonia que efetuam consertos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
62. Capacidade/ conhecimento dos técnicos da empresa de telefonia que efetuam consertos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
63. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com os serviços de assistência técnica.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
<p>[PESQUISADOR: Aplicar esta pergunta após a conclusão do rodízio da Perg. 1].</p> <p>2. Pensando agora em todos os aspectos que o(a) Sr(a) falou, qual o grau de satisfação ou insatisfação que o(a) Sr(a) sente em relação a empresa de telefonia fixa que atende sua empresa/ instituição?</p>							
ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
SATISFAÇÃO GERAL COM A EMPRESA DE TELEFONIA FIXA LOCAL.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



4. Além da [...citar prestadora da Perg. 1 deste Bloco ...] sua empresa/ instituição utiliza alguma outra prestadora para fazer interurbanos?

- ( ) 1. Sim [CONTINUE]  
 ( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 3]

5. Qual é a outra prestadora que sua empresa/ instituição também utiliza?

\_\_\_\_\_ |\_\_\_\_\_|  
 Nome da prestadora Código

6. Da mesma forma, eu gostaria de saber sobre satisfação ou insatisfação da sua empresa/ instituição em relação a alguns fatores dessa outra prestadora.

[PESQUISADOR: Aplicar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
- Qualidade das ligações interurbanas (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações interurbanas no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação interurbana.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações interurbanas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações interurbanas pela [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações interurbanas da [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Clareza da conta para as ligações interurbanas da [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Detalhamento da conta para as ligações interurbanas da [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações interurbanas com a [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



4. Além da [...citar prestadora da Perg. 1 deste Bloco ...] sua empresa/ instituição utiliza alguma outra prestadora para fazer ligações internacionais?

- ( ) 1. Sim [CONTINUE]  
 ( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 4]

5. Qual é a outra prestadora que sua empresa/ instituição também utiliza?

\_\_\_\_\_ |\_\_\_\_\_|  
 Nome da prestadora Código

6. Da mesma forma, eu gostaria de saber sobre satisfação ou insatisfação da sua empresa/ instituição em relação a alguns fatores dessa outra prestadora.

[PESQUISADOR: Aplicar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
- Qualidade das ligações internacionais (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de ligações internacionais sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações internacionais no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação internacional.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações internacionais.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações internacionais pela [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações internacionais da [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Clareza da conta para as ligações internacionais da [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Detalhamento da conta para as ligações internacionais da [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações internacionais com a [...citar prestadora...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

<b>BLOCO 4</b>		<b>(IN)SATISFAÇÃO COM USO DO SISTEMA TELEFÔNICO</b>							
<p>1. Eu vou ler para o(a) Sr(a) uma série de itens e gostaria de saber se a sua empresa/ instituição utiliza ou não cada um deles.</p> <p>2. Gostaria que o(a) Sr(a) me falasse se sua empresa/ instituição está satisfeita ou insatisfeita com o uso do sistema telefônico para [... citar os itens que a empresa tem ou utiliza um a um ...], como gerador de negócios e/ou de melhoria da eficiência da sua empresa/ instituição.</p>									
ITENS	1. UTILIZA/ TEM		2. SE SIM						SCO
			INSATISFEITO			SATISFEITO			
			Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
- Utiliza telefone para fazer vendas/ telemarketing.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Utiliza telefone para fazer compras.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem serviço 0800/ atendimento do consumidor.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Faz comunicação de dados (transmissão ou recepção) por linha telefônica.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Faz comunicação de imagens/ video conferência (transmissão ou recepção).	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Comunicação de voz.	( X )	--	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem troncos/ ramais.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem serviço de correio de voz/ caixa postal.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem serviço de 2ª linha/ CPA.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem serviço Siga-me/ Desvio de ligações para celular.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem serviço de conferência de voz (3 ou mais pessoas falando simultaneamente).	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	1. UTILIZA/TEM		2. SE SIM						SCO
			INSATISFEITO			SATISFEITO			
			Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
- Tem linha privada de voz (LP) ou rede corporativa para conexão entre escritórios/ fábricas/ clientes/ fornecedores/ etc.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem canal de dados de alta velocidade para conexão à Internet.	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem facilidades para discagem abreviada (DDD/ DDI).	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tem contrato de encaminhamento de chamada com operadora de longa distância (DDD ou DDI).	( 1 )	( 2 )	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

BLOCO 5	NOVOS ATRIBUTOS
<p>1. O(A) Sr(a) poderia falar ainda sobre algum outro aspecto de satisfação ou insatisfação da sua empresa/ instituição em relação aos serviços e a empresa de telefonia fixa local, além daqueles que já foram mencionados?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	



**BLOCO 6****USO DO TELEFONE**

1. Aproximadamente, quanto o telefone da sua empresa/ instituição é utilizado, em termos percentuais:

1. Para fazer ligações	__ __ __
2. Para receber ligações	__ __ __
	-----
	100%

3. No período da manhã	__ __ __
4. No período da tarde	__ __ __
5. À noite	__ __ __
	-----
	100%

**BLOCO 7****DADOS DA EMPRESA/ INSTITUIÇÃO**

1. A sua empresa/ instituição funciona somente nesse local/ estabelecimento ou tem escritório/ fábricas em outros locais?

- ( ) 1. Somente neste local/ estabelecimento  
( ) 2. Tem escritórios/ fábricas/ estabelecimentos em outros locais

2. Quantas linhas de telefone fixo existem no estabelecimento que está instalado esse telefone?

- |                     |                              |
|---------------------|------------------------------|
| ( ) 1. Uma          | ( ) 4. Seis a nove           |
| ( ) 2. Duas         | ( ) 5. Dez a quarenta e nove |
| ( ) 3. Três a cinco | ( ) 6. Cinquenta e mais      |

3. Aproximadamente quantos funcionários trabalham nesse estabelecimento?

|\_\_\_\_\_| funcionários

4. Qual o ramo de atividade da sua empresa/ instituição?

|\_\_\_\_\_|

<b>BLOCO 8</b>	<b>DADOS DEMOGRÁFICOS DO(A) RESPONDENTE</b>
----------------	---

1. Caracterização do(a) respondente:

Sexo	Idade	Grau de Instrução
<input type="checkbox"/> 1. Masculino <input type="checkbox"/> 2. Feminino	__ __	<input type="checkbox"/> 1. 1º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 2. 1º Grau completo <input type="checkbox"/> 3. 2º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 4. 2º Grau completo <input type="checkbox"/> 5. Superior incompleto <input type="checkbox"/> 6. Superior completo

<b>OBSERVAÇÕES</b>	
--------------------	--

**QUESTIONÁRIO**

**SEGMENTO: USUÁRIOS DE TELEFONES PÚBLICOS (TUP's)**

|\_|\_|\_|\_|\_|\_|\_|  
(Iden)

|\_|\_|\_|\_|\_|\_|\_|  
(Setor)

**DADOS DO(A) RESPONDENTE**

NOME:

ENDEREÇO:

CIDADE:

TEL. RESID.:

TEL. COML.:

ESTADO:

**DADOS DA ENTREVISTA**

PESQUISADOR(A):

DATA: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

HORA INÍCIO:

HORA TÉRMINO:

**CRÍTICA DOS DADOS**

**BLOCO 1****GRAU DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AOS TUPs**

[CUMPRIMENTOS E SOLICITAÇÃO DE PERMISSÃO PARA REALIZAR ENTREVISTA SOBRE TUPs.]

1. Primeiramente eu gostaria de saber qual o tipo de telefone público que o(a) Sr(a) mais usa?

 1. Cabine 2. Orelhão 3. Parede/ balcão 4. Outros. Qual? (Especificar) \_\_\_\_\_

2. Agora vou ler algumas frases relacionadas a telefones públicos e gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse sobre sua satisfação/insatisfação em relação a cada uma delas. [CARTÃO Nº 1]

**RODIZIAR:** 1 34 63

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
A) EQUIPAMENTO/APARELHO							
1. Visual (estética/beleza) do aparelho/ telefone público.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
2. Modernidade/ tecnologia do telefone público.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
3. Utilidade das teclas disponíveis.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
4. Visual (formato/estética) da cabine do telefone público.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
5. Visual (formato/estética) do orelhão.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
6. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com o equipamento/ aparelho.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
B) CABINE/ ORELHÃO							
7. Existência de lugar para colocar bolsa/ pasta e fazer anotações.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
8. Clareza das informações expostas junto aos telefones públicos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
9. Quantidade de telefones públicos adaptados para uso de deficientes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
10. Privacidade necessária para falar sem ser escutado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
11. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a cabine/ orelhão.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
C) LOCALIZAÇÃO							
12. Quantidade/ número de telefones públicos existentes na cidade.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
13. Distância de um telefone público para outro.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
14. Existência de telefones públicos em locais de comércio, shopping centers e supermercados.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
15. Existência de telefones públicos em hospitais/postos de saúde.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
16. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com localização.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
D) CONDIÇÕES AMBIENTAIS							
17. Iluminação dos locais onde estão os telefones públicos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
18. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com localização.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
19. Nível do barulho nos locais onde estão os telefones públicos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
20. Higiene/limpeza dos aparelhos de telefone público.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
21. Proteção contra chuva/sol no orelhão.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
D) MANUTENÇÃO							
22. Qualidade dos consertos das cabines/ orelhões/ aparelhos de telefone público.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
23. Rapidez com que são feitos os consertos das cabines/orelhões/ aparelhos de telefones públicos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
24. Número de vezes que ocorre defeito em um mesmo aparelho.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
25. Quantidade de vezes que o telefone prende o cartão.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
26. Filas nos telefones públicos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
27. Quantidade de vezes que encontra o telefone público funcionando.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
28. Qualidade do som (volume do som, nível de ruído ou chiado, eco e linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
29. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com manutenção.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
E) CARTÕES/FICHAS							
30. Praticidade dos cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
31. Facilidade do cartão permitir mais tempo de ligação do que a ficha, sem trocá-lo.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
32. Facilidade de controlar o quanto gasta em cada ligação usando cartão.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
33. Preço dos cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
34. Horário em que tem tarifas reduzidas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
35. Garantia de que os créditos do cartão estão sendo descontados corretamente.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
36. Variedade de créditos dos cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
37. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
F) PONTOS DE VENDA DE CARTÕES E FICHAS							
38. Quantidade existente de pontos de venda de cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
39. Facilidade de acesso aos pontos de venda de cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
40. Existência de cartões/fichas em quantidade suficiente nos pontos de venda.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
41. Horário de funcionamento dos pontos de venda.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
42. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com pontos de venda de cartões e fichas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
G) QUALIDADE DA LIGAÇÃO							
43. Facilidade para conseguir linha.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
44. Rapidez para completar a ligação.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
45. Quantidade de ligações locais sem interrupções, sem quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
46. Mensagem de telefone ocupado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
47. Quantidade de vezes que completa a ligação para um número discado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
48. Praticidade/ facilidade para se realizar ligações a cobrar pelo telefone público.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
49. Qualidade das ligações feitas de telefone público para celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
50. Qualidade das ligações feitas a cobrar no telefone público.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
51. Existência de um serviço que fornece ajuda na busca de um número telefônico. (auxílio à lista).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
52. Qualidade das ligações feitas para fora da sua cidade pelo telefone público.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
53. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a qualidade da ligação.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<b>l) SERVIÇOS</b>							
54. Existência de teclas de emergência (por ex.: bombeiros, polícia, etc.).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
55. Quantidade de teclas para serviços de emergência (por ex.: bombeiros, polícia, etc.).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
56. Facilidade de contato com os serviços de emergência (por ex.: bombeiros, polícia, etc.).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
57. Gratuidade para fazer ligações de emergência.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
58. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com os serviços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
J) ATENDIMENTO/ CONTATO COM A EMPRESA DE TELEFONIA ATRAVÉS DO TELEFONE PÚBLICO							
59. Tempo que fica aguardando no telefone público para ser atendido pelo(a) funcionário(a) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
60. Atendimento realizado através de um(a) funcionário(a) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
61. Interesse/ boa vontade dos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia em resolver os problemas/ dúvidas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
62. Tratamento recebido por parte dos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
63. Clareza das informações prestadas pelos(as) funcionários(as) da empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
64. Rapidez com que é dada a resposta pela empresa de telefonia ao problema/ dúvida/ reclamação apresentada.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
65. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com o atendimento prestado pelos(as) funcionários e pela empresa de telefonia.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
K) CONSCIENTIZAÇÃO DA POPULAÇÃO COM O USO DOS TELEFONES PÚBLICOS							
66. Quantidade de informações apresentadas pelas empresas telefônicas através de propagandas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
67. Utilidade das informações divulgadas nas propagandas pelas empresas telefônicas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
68. Campanhas de conscientização da população para não quebrar/estragar os telefones públicos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
69. Informações expostas no telefone público sobre como fazer ligação a cobrar.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
70. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a conscientização da população no uso e preservação dos telefones públicos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
[PESQUISADOR: Aplicar esta pergunta após a conclusão do rodízio da Perg. 2].							
3. Pensando agora em todos os aspectos que o(a) Sr(a) falou, qual o grau de satisfação ou insatisfação que o(a) Sr(a) sente em relação aos telefones públicos?							
ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
SATISFAÇÃO GERAL COM OS TELEFONES PÚBLICOS	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

**BLOCO 2****SATISFAÇÃO COM A EMPRESA DE TELEFONIA INTERURBANA (DDD)**

1. O(A) Sr(a) costuma utilizar o telefone público para fazer interurbanos, mesmo que sejam a cobrar?

( ) 1. Sim [CONTINUE]

( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 3]

2. Qual a empresa de telefonia que o(a) Sr(a) mais utiliza para fazer interurbanos?

\_\_\_\_\_

Nome da empresa de telefonia

\_\_\_\_|\_\_\_\_|

Código

3. Agora eu gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse sobre sua satisfação ou insatisfação com essa empresa de telefonia em relação a alguns fatores que eu vou ler, sobre telefonia interurbana (DDD). [CARTÃO Nº 1]

[PESQUISADOR: Para cada item lido, solicitar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
- Qualidade das ligações interurbanas (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações interurbanas no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação interurbana.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações interurbanas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações interurbanas pela [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações interurbanas da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações interurbanas com a [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

4. Além da [...citar empresa de telefonia da Perg. 2 deste Bloco ...] o(a) Sr(a) utiliza alguma outra empresa de telefonia para fazer interurbanos?

- ( ) 1. Sim [CONTINUE]  
 ( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 3]

5. Qual é a outra empresa de telefonia que o(a) Sr(a) também utiliza?

\_\_\_\_\_ |\_\_\_\_\_|  
 Nome da empresa de telefonia Código

6. Da mesma forma, eu gostaria de saber sobre sua satisfação ou insatisfação em relação a alguns fatores dessa outra empresa de telefonia. [CARTÃO N° 1]

[PESQUISADOR: Aplicar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total- mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total- mente	
- Qualidade das ligações interurbanas (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações interurbanas no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação interurbana.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações interurbanas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações interurbanas pela [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações interurbanas da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações interurbanas com a [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

**BLOCO 3****SATISFAÇÃO COM A EMPRESA DE TELEFONIA INTERNACIONAL (DDI)**

1. O(A) Sr(a) costuma utilizar o telefone público para fazer ligações internacionais, mesmo que sejam a cobrar?

( ) 1. Sim [CONTINUE]

( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 4]

2. Qual a empresa de telefonia que o(a) Sr(a) mais utiliza para fazer ligações internacionais?

\_\_\_\_\_

Nome da empresa de telefonia

\_\_\_\_|\_\_\_\_|

Código

3. Agora eu gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse sobre sua satisfação ou insatisfação com essa empresa de telefonia em relação a alguns fatores que eu vou ler, sobre telefonia internacional(DDI). [CARTÃO Nº 1]

[PESQUISADOR: Para cada item lido, solicitar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

FATOR	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Totalmente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Totalmente	
- Qualidade das ligações internacionais (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de Igações internacionais sem interrupções, quedas ou cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Quantidade de vezes que completa ligações internacionais no número digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação internacional.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Preço/custo das ligações internacionais.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Informações fornecidas para ligações internacionais pela [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Qualidade do atendimento para ligações internacionais da [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Satisfação geral para fazer ligações internacionais com a [...citar empresa de telefonia...].	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



**BLOCO 4****USO DO TELEFONE PÚBLICO**

1. Aproximadamente, quanto o(a) Sr(a) utiliza o telefone público, em termos percentuais:

1. Para fazer ligações           |\_\_|\_\_|\_\_|  
2. Para receber ligações       |\_\_|\_\_|\_\_|  
\_\_\_\_\_

100%

3. Durante o dia                |\_\_|\_\_|\_\_|  
4. À noite                       |\_\_|\_\_|\_\_|

\_\_\_\_\_

100%

5. Durante a semana           |\_\_|\_\_|\_\_|  
6. No fim de semana         |\_\_|\_\_|\_\_|

\_\_\_\_\_

100%

2. O(A) Sr(a) usa no telefone público:

( ) 1. Só ficha       [VÁ P/ O BLOCO 5]

( ) 2. Só cartão

( ) 3. Ambos

3. O(A) Sr(a) costuma comprar cartões com qual quantidade de créditos?

|\_\_|\_\_|\_\_| créditos

**BLOCO 5****TELEFONES PÚBLICOS PARA DEFICIENTES**

1. Uma das preocupações em relação a telefones públicos diz respeito ao seu uso por pessoas portadoras de algum tipo de deficiência física. O(A) Sr(a) poderia me dizer se possui algum tipo de deficiência física?

- ( ) 1. Sim [CONTINUE]  
 ( ) 2. Não [VÁ P/ O BLOCO 6]

2. Qual o tipo de deficiência que o(a) Sr(a) tem?

- ( ) 1. Fala  
 ( ) 2. Audição  
 ( ) 3. Visão  
 ( ) 4. Usa cadeira de rodas  
 ( ) 5. Outra. Qual?

\_\_\_\_\_  
 (Especificar)

3. O(A) Sr(a) poderia me responder a sua satisfação/insatisfação em relação a... [CARTÃO Nº 1]

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
- Quantidade de telefones públicos específicos para uso de deficientes	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Adequação de telefones públicos específicos para uso de deficientes	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
- Localização de telefones públicos específicos para uso de deficientes	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



**BLOCO 7****DADOS SÓCIO-ECONÔMICOS**

1. O(A) Sr(a) tem telefone fixo na sua residência?

( ) 1. Sim [CONTINUE]

( ) 2. Não [VÁ P/ A PERG. 5]

2. Quantas linhas de telefone fixo o(a) Sr(a) tem na sua residência?

|\_\_\_\_| linhas

3. E quantos aparelhos tem instalados na sua residência?

|\_\_\_\_| aparelhos

4. O(A) Sr(a) tem acesso à Internet na sua residência?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

5. O(A) Sr(a) tem na sua residência?

**Quantidade**

Automóveis |\_\_\_\_|

Computador |\_\_\_\_|

Celular pré-pago |\_\_\_\_|

Celular pós-pago |\_\_\_\_|

6. Na sua residência tem TV a cabo ou por satélite?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

7. Qual tipo de telefone o(a) Sr(a) mais utiliza?

- 1. Fixo
- 2. Móvel (celular)
- 3. Telefones públicos (orelhão)

8. A sua residência é:

- 1. Própria quitada
- 2. Própria financiada
- 3. Alugada
- 4. Outra situação

9. Quantas pessoas moram na sua residência, incluindo empregados?

|\_\_\_\_|\_\_\_\_| pessoas

10. Quem são essas pessoas? (Pai, mãe, esposa(o), companheira(o), filho(a), amigo(a), etc.)

[PESQUISADOR: A partir das respostas, classificar o domicílio.]

- 1. Casal com filho(s) menor(es) de 18 anos
- 2. Casal com filho(s) maior(es) de 18 anos
- 3. Casal com filho(s) menor(es) e maior(es) de 18 anos
- 4. Casal sem filhos
- 5. Solteiro(a) com filho(s)
- 6. Indivíduos vivendo com outros
- 7. Indivíduos vivendo sozinhos
- 8. Viúvo(a)/ desquitado(a)/ divorciado(a) com filhos
- 9. Outra. Qual? \_\_\_\_\_ (Especificar)

11. Quantos membros da residência contribuem para a renda total do domicílio?

|\_\_\_\_|\_\_\_\_| pessoas

12. Caso fossem somadas as rendas individuais de todos os moradores, qual seria o total aproximado da renda domiciliar?

R\$ |\_\_\_\_|\_\_\_\_|.\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|,00

13. O(A) Sr(a) tem cartão de crédito?

- 1. Sim
- 2. Não

14. Caracterização do(a) respondente:

Sexo	Idade	Estado Civil	Grau de Instrução	Ocupação
<input type="checkbox"/> 1. Masc. <input type="checkbox"/> 2. Fem.	____ ____	<input type="checkbox"/> 1. Solteiro <input type="checkbox"/> 2. Casado <input type="checkbox"/> 3. Divorciado <input type="checkbox"/> 4. Viúvo <input type="checkbox"/> 5. Outro	<input type="checkbox"/> 1. 1º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 2. 1º Grau completo <input type="checkbox"/> 3. 2º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 4. 2º Grau completo <input type="checkbox"/> 5. Superior incompleto <input type="checkbox"/> 6. Superior completo	<input type="checkbox"/> 1. Empresário <input type="checkbox"/> 2. Prof. liberal <input type="checkbox"/> 3. Funcionário público <input type="checkbox"/> 4. Funcionário empresa privada <input type="checkbox"/> 5. Autônomo <input type="checkbox"/> 6. Estudante <input type="checkbox"/> 7. Aposentado <input type="checkbox"/> 8. Desempregado

**PESQUISADOR:**

Observe no local da entrevista:

1. Se o telefone público estava funcionando:
  - 1. Sim
  - 2. Não
2. Se o telefone público tinha fila:
  - 1. Sim
  - 2. Não
3. Se o telefone público tem acesso 24 horas:
  - 1. Sim
  - 2. Não
4. Se o telefone público era:
  - 1. Comum
  - 2. Para deficiente
  - 3. Para criança
  - 4. Comunitário
5. Se o telefone público realiza também:
  - 1. Ligações interurbanas (DDD)
  - 2. Ligações interurbanas (DDD) e internacionais (DDI)
6. Telefone público utilizado:
  - 1. Cabine
  - 2. Orelhão
  - 3. Parede/ balcão
  - 4. Outro. Qual?  
 \_\_\_\_\_  
 (Especificar)

**QUESTIONÁRIO**  
**SEGMENTO: USUÁRIOS DE TELEFONES CELULARES (SMC)**  
**PÓS-PAGO**

|\_|\_|\_|\_|  
(Iden)

|\_|\_|\_|  
(Setor)

<b>DADOS DO(A) RESPONDENTE</b>	
NOME:	
ENDEREÇO:	
CIDADE:	ESTADO:
TEL. RESID.:	TEL. COML.:

<b>DADOS DA ENTREVISTA</b>	
PESQUISADOR(A):	
DATA: ___/___/___	HORA INÍCIO: HORA TÉRMINO:

<b>CRÍTICA DOS DADOS</b>	

<b>BLOCO 1</b>	<b>GRAU DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO TELEFONE CELULAR (PÓS-PAGO)</b>
----------------	---

[CUMPRIMENTOS E SOLICITAÇÃO DE PERMISSÃO PARA REALIZAR ENTREVISTA SOBRE TELEFONE CELULAR.]

1. Eu vou ler alguns itens sobre telefone celular e gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse se está satisfeito ou insatisfeito com eles.

[PESQUISADOR: Para cada item lido, solicitar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

**RODZIAR:**

( ) 1

( ) 25

( ) 56

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<p>A) ATENDIMENTO NOS PONTOS DE VENDA DA EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR</p> <p>1. Rapidez na solução dos problemas/ dúvidas/ reclamações nas lojas da empresa de telefonia celular.</p> <p>2. Interesse/ boa vontade dos(as) funcionários(as) das lojas da empresa de telefonia celular em resolver os problemas/ dúvidas/ reclamações apresentadas.</p> <p>3. Conhecimento, por parte dos(as) funcionários(as) das lojas da empresa de telefonia celular, quanto aos diferentes serviços oferecidos.</p> <p>4. Tempo de espera para ser atendido nas lojas da empresa de telefonia celular.</p> <p>5. Tempo que leva do início à conclusão do atendimento pelo(a) funcionário(a) da loja da empresa de telefonia celular.</p> <p>6. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com o atendimento nos pontos de venda</p>	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<b>B) CENTRAL DE ATENDIMENTO</b>							
7. Facilidade de contato com a Central de Atendimento da sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
8. Capacidade dos(as) funcionários(as) da Central de Atendimento para resolver pelo telefone os problemas/ dúvidas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
9. Interesse/ boa vontade dos(as) funcionários(as) da Central de Atendimento em resolver os problemas/ dúvidas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
10. Solução dada pela sua empresa de telefonia celular aos problemas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
11. Conhecimento, por parte dos(as) funcionários(as) da Central de Atendimento da empresa de telefonia celular, quanto aos diferentes serviços oferecidos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
12. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a central de atendimento.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<b>C) CONTA/ COBRANÇA/ CONDIÇÕES DE PAGAMENTO</b>							
13. Quantidade de informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
14. Utilidade das informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
15. Facilidade de escolha da melhor data para pagamento da conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
16. Clareza/ detalhamento das informações contidas na conta.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
17. Exatidão dos valores cobrados na conta (precisão da conta).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
18. Prazo entre o recebimento da conta e data limite para fazer o pagamento.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
19. Existência de diferentes formas de pagamento da conta (débito em conta, cartão de crédito, bancos disponíveis para fazer o pagamento).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
20. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a conta/cobrança/condições de pagamento.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
D) TARIFAS/ PREÇOS							
21. Divulgação de tarifas/ preços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
22. Promoções de tarifas reduzidas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
23. Preço da ligação local/ impulso.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
24. Preço da ligação interurbana.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
25. Preço da mensalidade mínima (assinatura).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
26. Preço da habilitação.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
27. Preço de outros serviços oferecidos pela sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
28. Valor dos descontos de acordo com horários (noite, fim de semana, etc).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
29. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as tarifas e preços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
E) QUALIDADE DAS LIGAÇÕES							
30. Cobertura local/ na cidade.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
31. Cobertura no Estado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
32. Qualidade do som nas ligações interurbanas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
33. Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, sem quedas, sem cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
34. Quantidade de vezes que completa ligações interurbanas no número que foi digitado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
35. Qualidade das ligações recebidas de telefone fixo para o telefone celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
36. Qualidade das ligações feitas em áreas internas/ fechadas (automóvel, apartamento, shopping centers, etc.).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
37. Quantidade de vezes em que o telefone celular fica fora de serviço/ não funciona.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
38. Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
39. Mensagem de telefone ocupado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
40. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com qualidade das ligações.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
F) INFORMAÇÕES PRESTADAS PELA EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR							
41. Facilidade de obtenção de informações sobre os diferentes serviços e planos oferecidos pela sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
42. Clareza das informações sobre os diferentes serviços e planos oferecidos pela sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
43. Clareza das informações sobre as áreas de cobertura da sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
44. Clareza das informações apresentadas através de anúncios da sua empresa de telefonia celular na TV, Rádio, Jornais e Revistas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
45. Utilidade das informações apresentadas pela sua empresa de telefonia celular através de anúncios na TV, Rádio, Jornais e Revistas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
46. Clareza das informações apresentadas nos manuais, catálogos e folhetos da sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
47. Clareza nas informações sobre o uso do telefone e dos serviços (informações sobre os procedimentos para fazer ligações e usar os serviços).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
48. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as informações prestadas pela empresa de telefonia celular	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<b>G) SERVIÇOS</b>							
49. Conhecimento dos tipos de serviços existentes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
50. Variedade/ quantidade de serviços oferecidos pela sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
51. Utilidade/ adequação dos serviços oferecidos pela sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
52. Facilidade/ praticidade na utilização dos serviços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
53. Qualidade do serviço de caixa postal/ secretária eletrônica.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
54. Modernidade da sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
55. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com os serviços	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
H) APARELHO CELULAR							
56. Preço do aparelho de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
57. Tamanho do aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
58. Facilidade para usar todas as funções/ recursos do aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
59. Qualidade do aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
60. Compreensão das orientações contidas no manual do aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
61. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com o aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
<p>[PESQUISADOR: Aplicar esta pergunta após a conclusão do rodízio da Perg. 1].</p> <p>2. Pensando agora em todos os aspectos que o(a) Sr(a) falou, qual o grau de satisfação ou insatisfação que o(a) Sr(a) sente em relação a empresa de telefonia celular?</p>							
ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
SATISFAÇÃO GERAL COM A EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )







**BLOCO 4****DADOS SÓCIO-ECONÔMICOS**

1. Quantas linhas de telefone fixo o(a) Sr(a) tem na sua residência?

|\_\_\_\_\_| linhas

2. O(A) Sr(a) tem acesso à Internet na sua residência?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

3. O(A) Sr(a) tem na sua residência?

**Quantidade**

Automóveis |\_\_\_\_\_|

Computador |\_\_\_\_\_|

Celular pré-pago |\_\_\_\_\_|

Celular pós-pago |\_\_\_\_\_|

4. Na sua residência tem TV a cabo ou por satélite?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

5. A sua residência é:

( ) 1. Própria quitada

( ) 2. Própria financiada

( ) 3. Alugada

( ) 4. Outra situação

6. Quantas pessoas moram na sua residência, incluindo empregados?

|\_\_\_\_\_| |\_\_\_\_\_| pessoas

7. Quem são essas pessoas? (Pai, mãe, esposa(o), companheira(o), filho(a), amigo(a), etc.)  
 [PESQUISADOR: A partir das respostas, classificar o domicílio.]

- 1. Casal com filho(s) menor(es) de 18 anos
- 2. Casal com filho(s) maior(es) de 18 anos
- 3. Casal com filho(s) menor(es) e maior(es) de 18 anos
- 4. Casal sem filhos
- 5. Solteiro(a) com filho(s)
- 6. Indivíduos vivendo com outros
- 7. Indivíduos vivendo sozinhos
- 8. Viúvo(a)/ desquitado(a)/ divorciado(a) com filhos
- 9. Outra. Qual? \_\_\_\_\_ (Especificar)

8. Quantos membros da residência contribuem para a renda total do domicílio?

\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_| pessoas

9. Caso fossem somadas as rendas individuais de todos os moradores, qual seria o total aproximado da renda domiciliar?

R\$ \_\_\_\_\_

10. O(A) Sr(a) tem cartão de crédito?

- 1. Sim
- 2. Não

11. Caracterização do(a) respondente:

Sexo	Idade	Estado Civil	Grau de Instrução	Ocupação
<input type="checkbox"/> 1. Masc. <input type="checkbox"/> 2. Fem.	_____ _____	<input type="checkbox"/> 1. Solteiro <input type="checkbox"/> 2. Casado <input type="checkbox"/> 3. Divorciado <input type="checkbox"/> 4. Viúvo <input type="checkbox"/> 5. Outro	<input type="checkbox"/> 1. 1º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 2. 1º Grau completo <input type="checkbox"/> 3. 2º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 4. 2º Grau completo <input type="checkbox"/> 5. Superior incompleto <input type="checkbox"/> 6. Superior completo	<input type="checkbox"/> 1. Empresário <input type="checkbox"/> 2. Prof. liberal <input type="checkbox"/> 3. Funcionário público <input type="checkbox"/> 4. Funcionário empresa privada <input type="checkbox"/> 5. Autônomo <input type="checkbox"/> 6. Estudante <input type="checkbox"/> 7. Aposentado <input type="checkbox"/> 8. Desempregado

**QUESTIONÁRIO**

**SEGMENTO: USUÁRIOS DE TELEFONES CELULARES (SMC)  
PRÉ-PAGO**

|\_|\_|\_|\_|  
(Iden)

|\_|\_|\_|\_|  
(Setor)

**DADOS DO(A) RESPONDENTE**

NOME:

ENDEREÇO:

CIDADE:

TEL. RESID.:

TEL. COML.:

ESTADO:

**DADOS DA ENTREVISTA**

PESQUISADOR(A):

DATA: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

HORA INÍCIO:

HORA TÉRMINO:

**CRÍTICA DOS DADOS**

<b>BLOCO 1</b>	<b>GRAU DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO TELEFONE CELULAR (PRÉ-PAGO)</b>
----------------	---

CUMPRIMENTOS E SOLICITAÇÃO DE PERMISSÃO PARA REALIZAR ENTREVISTA SOBRE TELEFONE CELULAR.]

1. Eu vou ler alguns itens sobre telefone celular e gostaria que o(a) Sr(a) me respondesse se está satisfeito ou insatisfeito com eles.

[PESQUISADOR: Para cada item lido, solicitar o grau de (in)satisfação: pouco, muito, totalmente].

**RODIZIAR:**

( ) 1  
( ) 29  
( ) 58

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total- mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total- mente	
A) ATENDIMENTO NOS PONTOS DE VENDA DA EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR							
1. Rapidez na solução dos problemas/ dúvidas/ reclamações nas lojas da empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
2. Interesse/ boa vontade dos(as) funcionários(as) das lojas da empresa de telefonia celular em resolver os problemas/ dúvidas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
3. Conhecimento, por parte dos(as) funcionários(as) das lojas da empresa de telefonia celular, quanto aos diferentes serviços oferecidos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
4. Tempo de espera para ser atendido nas lojas da empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
5. Tempo que leva do início à conclusão do atendimento pelo(a) funcionário(a) da loja da empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
6. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com o atendimento nos pontos de venda da empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
<b>B) CENTRAL DE ATENDIMENTO</b>							
7. Tempo que fica aguardando para ser atendido pela(o) telefonista/ funcionário(a) da Central de Atendimento da empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
8. Atendimento realizado através de mensagens gravadas da empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
91. Rapidez com que é dada a resposta pela Central de Atendimento da empresa de telefonia celular ao problema/dúvida apresentada.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
10. Interesse/ boa vontade dos(as) funcionários(as) da Central de Atendimento em resolver os problemas/ dúvidas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
11. Solução dada pela sua empresa de telefonia celular aos problemas/ reclamações apresentadas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
12. Conhecimento, por parte dos(as) funcionários(as) da Central de Atendimento da empresa de telefonia celular, quanto aos diferentes serviços oferecidos.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
13. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com a Central de Atendimento.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
C) TARIFAS/ PREÇOS							
14. Preço da ligação local/ impulso.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
15. Preço do pacote ou "kit".	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
16. Preço do serviço de caixa postal/ secretária eletrônica.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
17. Preço de outros serviços oferecidos pela sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
18. Valor dos descontos de acordo com horários (noite, fim de semana, etc).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
19. Opções de valores dos cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
20. Certeza de que os créditos do cartão são creditados e descontados corretamente.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
21. Preço dos cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
22. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as tarifas/ preços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
D) QUALIDADE DAS LIGAÇÕES							
23. Cobertura local/ na cidade.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
24. Cobertura no Estado.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
25. Cobertura nas estradas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
26. Facilidade para conseguir linha.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
27. Qualidade do som nas ligações locais (volume do som, nível de ruído ou chiado, eco e linha cruzada).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
28. Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, sem quedas, sem cortes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
29. Qualidade das ligações feitas do telefone celular para um telefone fixo.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
30. Qualidade das ligações feitas do telefone celular para um outro telefone celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
31. Qualidade das ligações feitas em áreas internas/ fechadas (automóvel, apartamento, shopping centers, etc.).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
32. Quantidade de vezes em que o telefone celular fica fora de serviço/ não funciona.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
33. Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) nas ligações locais.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
34. Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) nas ligações interurbanas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
35. Qualidade da recepção de ligações a cobrar.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
36. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral para a qualidade das ligações.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
E) INFORMAÇÕES PRESTADAS PELA EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR							
37. Clareza das informações sobre os diferentes serviços e planos oferecidos pela sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
38. Disponibilidade de informações sobre as áreas de cobertura da sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
39. Clareza das informações apresentadas através de anúncios da sua empresa de telefonia celular na TV, Rádio, Jornais e Revistas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
40. Utilidade das informações apresentadas através de anúncios da sua empresa de telefonia celular na TV, Rádio, Jornais e Revistas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
41. Clareza das informações apresentadas nos manuais, catálogos e folhetos da sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
42. Utilidade das informações apresentadas nos manuais, catálogos e folhetos da sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
43. Clareza nas informações sobre o uso do telefone e dos serviços (informações sobre os procedimentos para fazer ligações e usar os serviços).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
44. Clareza nas informações sobre a aplicação dos descontos promocionais sobre o uso dos serviços de sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
E) INFORMAÇÕES PRESTADAS PELA EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR (continuação)	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
45. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as informações prestadas pela empresa de telefonia celular.							
F) SERVIÇOS							
46. Conhecimento dos tipos de serviços existentes.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
47. Utilidade/ adequação dos serviços oferecidos pela sua empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
48. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com os serviços.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
G) APARELHO CELULAR							
49. Tamanho do aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
50. Facilidade para usar todas as funções/ recursos do aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
51. Qualidade do aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
52. Compreensão das orientações contidas no manual do aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
53. Facilidade/ praticidade na utilização do kit do celular pré-pago.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
54. Variedade das marcas e modelos dos telefones oferecidos no kit do celular pré-pago..	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
55. Modernidade da empresa de telefonia celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
56. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com o aparelho celular.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )

ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
H) LOJAS							
57. Quantidade de lojas que vendem o kit do celular pré-pago.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
58. Localização de lojas que vendem os cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
59. Quantidade de lojas que vendem os cartões.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
60. Disponibilidade nas lojas dos vários tipos de cartões (valor).	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
61. Considerando as suas respostas aos itens anteriores, qual o seu grau de satisfação geral com as lojas.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )
<p>[PESQUISADOR: Aplicar esta pergunta após a conclusão do rodízio da Perg. 1].</p> <p>2. Pensando agora em todos os aspectos que o(a) Sr(a) falou, qual o grau de satisfação ou insatisfação que o(a) Sr(a) sente em relação a empresa de telefonia celular?</p>							
ITENS	INSATISFEITO			SATISFEITO			SCO
	Total-mente	Muito	Pouco	Pouco	Muito	Total-mente	
SATISFAÇÃO GERAL COM A EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR.	( 1 )	( 2 )	( 3 )	( 4 )	( 5 )	( 6 )	( 9 )



**BLOCO 3****USO DO TELEFONE CELULAR PRÉ-PAGO**

1. Aproximadamente, quanto o seu telefone celular é mais usado, em termos percentuais:

1. Para fazer ligações           |\_\_|\_\_|\_\_|  
2. Para receber ligações       |\_\_|\_\_|\_\_|  
\_\_\_\_\_

100%

3. Durante o dia               |\_\_|\_\_|\_\_|  
4. À noite                    |\_\_|\_\_|\_\_|

\_\_\_\_\_

100%

5. Durante a semana         |\_\_|\_\_|\_\_|  
6. No fim de semana        |\_\_|\_\_|\_\_|

\_\_\_\_\_

100%

2. O seu telefone celular é:

( ) 1. Analógico

( ) 2. Digital

( ) 3. Não sabe

3. Há quanto tempo o(a) Sr(a) tem o seu telefone celular pré-pago?

|\_\_\_\_\_|

4. Qual a principal finalidade com que o(a) Sr(a) usa o seu telefone celular?

|\_\_\_\_\_|

**BLOCO 4****DADOS SÓCIO-ECONÔMICOS**

1. Quantas linhas de telefone fixo o(a) Sr(a) tem na sua residência?

|\_\_\_\_\_| linhas

2. O(A) Sr(a) tem acesso à Internet na sua residência?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

3. O(A) Sr(a) tem na sua residência?

**Quantidade**

Automóveis |\_\_\_\_\_|

Computador |\_\_\_\_\_|

Celular pré-pago |\_\_\_\_\_|

Celular pós-pago |\_\_\_\_\_|

4. Na sua residência tem TV a cabo ou por satélite?

( ) 1. Sim

( ) 2. Não

5. A sua residência é:

( ) 1. Própria quitada

( ) 2. Própria financiada

( ) 3. Alugada

( ) 4. Outra situação

6. Quantas pessoas moram na sua residência, incluindo empregados?

|\_\_\_\_\_| |\_\_\_\_\_| pessoas

7. Quem são essas pessoas? (Pai, mãe, esposa(o), companheira(o), filho(a), amigo(a), etc.)  
[PESQUISADOR: A partir das respostas, classificar o domicílio.]

- 1. Casal com filho(s) menor(es) de 18 anos
- 2. Casal com filho(s) maior(es) de 18 anos
- 3. Casal com filho(s) menor(es) e maior(es) de 18 anos
- 4. Casal sem filhos
- 5. Solteiro(a) com filho(s)
- 6. Indivíduos vivendo com outros
- 7. Indivíduos vivendo sozinhos
- 8. Viúvo(a)/ desquitado(a)/ divorciado(a) com filhos
- 9. Outra. Qual? \_\_\_\_\_ (Especificar)

8. Quantos membros da residência contribuem para a renda total do domicílio?

\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_| pessoas

9. Caso fossem somadas as rendas individuais de todos os moradores, qual seria o total aproximado da renda domiciliar?

R\$ \_\_\_\_\_

10. O(A) Sr(a) tem cartão de crédito?

- 1. Sim
- 2. Não

11. Caracterização do(a) respondente:

Sexo	Idade	Estado Civil	Grau de Instrução	Ocupação
<input type="checkbox"/> 1. Masc. <input type="checkbox"/> 2. Fem.	_____ _____	<input type="checkbox"/> 1. Solteiro <input type="checkbox"/> 2. Casado <input type="checkbox"/> 3. Divorciado <input type="checkbox"/> 4. Viúvo <input type="checkbox"/> 5. Outro	<input type="checkbox"/> 1. 1º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 2. 1º Grau completo <input type="checkbox"/> 3. 2º Grau incompleto <input type="checkbox"/> 4. 2º Grau completo <input type="checkbox"/> 5. Superior incompleto <input type="checkbox"/> 6. Superior completo	<input type="checkbox"/> 1. Empresário <input type="checkbox"/> 2. Prof. liberal <input type="checkbox"/> 3. Funcionário público <input type="checkbox"/> 4. Funcionário empresa privada <input type="checkbox"/> 5. Autônomo <input type="checkbox"/> 6. Estudante <input type="checkbox"/> 7. Aposentado <input type="checkbox"/> 8. Desempregado



## **Procedimentos Metodológicos Mínimos para Controlar Erros Não Amostrais**

As atividades de coleta, crítica, codificação e consistência dos dados serão desenvolvidas de acordo com os seguintes procedimentos metodológicos:

- a) utilização de pesquisadores, supervisores e coordenadores de campo com ampla experiência em pesquisas de marketing nas técnicas de coleta de dados requeridas;
- b) diferenciação de pesquisadores segundo a natureza da técnica de coleta de dados: entrevista por telefone e entrevista face to face, visando com isso compatibilização com o perfil dos entrevistados e especialização no público pesquisado;
- c) treinamento dos pesquisadores em duas etapas:
  - a primeira, consistindo na apresentação dos objetivos do estudo, metodologia empregada, discussão das perguntas que compõem os questionários da pesquisa e dos procedimentos operacionais e administrativos de campo;
  - a segunda, consistindo da aplicação de um questionário por pesquisador e discussão da entrevista realizada, esclarecendo-se eventuais dúvidas porventura existentes. Com isto, procura-se garantir padronização nos procedimentos de campo, de forma a assegurar a obtenção de resultados confiáveis. Esta metodologia, aliada à utilizada na construção dos questionários, visa atender ao princípio de validade interna da pesquisa;
- d) crítica dos questionários a ser efetuada pela equipe de coordenação e supervisão de campo, de acordo com os seguintes critérios:
  - i) No caso de entrevistas por telefone, a crítica deverá ser efetuada considerando-se:
    - estatísticas das entrevistas realizadas por pesquisador considerando-se faixas de tempo de duração, número de entrevistas por dia e substituição de entrevistas;
    - incidência de viés de respostas concentradas em pontos da escala ou de efeito halo.
  - ii) No caso de entrevistas pessoais, a crítica deverá ser efetuada considerando-se:
    - estatísticas das entrevistas realizadas por pesquisador considerando-se faixas de tempo de duração, número de entrevistas por dia e substituição de entrevistas;
    - incidência de viés de respostas concentradas em pontos da escala ou de efeito halo;
    - checagem de pelo menos 20% das entrevistas realizadas, seja por meio telefônico ou checagem por contato “face to face”.
- e) disponibilização de uma Central de Atendimento Telefônico, dentro do conceito “toll free”, para uso de entrevistados que desejarem obter esclarecimentos adicionais ou eliminar dúvidas sobre a pesquisa.

Os questionários aprovados nesta etapa serão codificados (questões abertas) e submetidos à digitação e consistência eletrônica dos dados.

No caso da pesquisa junto a usuários de TUP's, a ser realizada utilizando a técnica de coleta de dados de entrevista pessoal "face to face", os pesquisadores deverão receber um "kit" composto por:

- pasta personalizada para acondicionamento dos materiais de campo;
- conjunto de questionários da pesquisa;
- manual de instruções;
- conjunto de cartões;
- materiais referentes ao plano amostral;
- carta de apresentação da instituição de pesquisa;
- cartão de identificação do pesquisador com foto.

No caso específico das pesquisas junto a usuários de STFC Residencial, STFC Não residencial e SMC, a técnica de coleta de dados será a de entrevista por telefone, devendo-se utilizar preferencialmente o sistema CATI (Computer Aided Telephone Interview), com as seguintes especificações:

- uso em rede de microcomputadores;
- controle da amostragem no servidor da rede;
- discagem automática e marcação de entrevista;
- consistência de valores aceitos nas perguntas do questionário;
- geração de estatísticas de entrevistas realizadas (por concessionária, partição, dia, horário, pesquisador, por tempo de duração das entrevistas, retornos, substituição de unidades amostrais, etc).

Considerando que as entrevistas são realizadas no período diurno/noturno e durante a semana/final de semana, a composição da equipe de campo poderá incluir o uso do sistema de rodízio de pessoal por turno de trabalho.

A instituição de pesquisa poderá recorrer a empresas especializadas visando a realização de serviços de entrevistas telefônicas e pessoais, exercendo contudo rigorosa supervisão e responsabilizando-se pelos trabalhos executados.

## Índices de Satisfação Consolidados

Os índices de satisfação consolidados são, no mínimo, os seguintes:

- I. por Serviço:
  1. Índice de Satisfação com o STFC
  2. Índice de Satisfação com o SMC
  
- II. por Modalidade de Serviço:
  1. Índice de Satisfação com as modalidades de serviços locais
  2. Índice de Satisfação com as modalidades de serviços de longa distância nacional
  3. Índice de Satisfação com as modalidades de serviços de longa distância internacional
  
- III. por Unidade da Federação:
  1. Índice de Satisfação com os serviços telefônicos na UF 1
  2. Índice de Satisfação com os serviços telefônicos na UF 2
  - .....
  27. Índice de Satisfação com os serviços telefônicos na UF 27
  
- IV. por Setor / Área de Concessão:
  1. Índice de Satisfação com o STFC no setor de concessão 1
  2. Índice de Satisfação com o STFC no setor de concessão 2
  - .....
  34. Índice de Satisfação com o STFC no setor de concessão 34
  35. Índice de Satisfação com o SMC na área 1
  36. Índice de Satisfação com o SMC na área 2
  - .....
  44. Índice de Satisfação com o SMC na área 10
  
- V. por Prestadora:
  1. Índice de Satisfação com a Prestadora 1
  2. Índice de Satisfação com a Prestadora 2
  - .....
  - n. Índice de Satisfação com a Prestadora n

## Índices de Satisfação por Cruzamento de Questões

Os índices de satisfação por cruzamento de questões são, no mínimo, os seguintes:

- I. Índice de Satisfação com o STFC de quem faz mais ligações do que recebe
- II. Índice de Satisfação com o STFC de quem recebe mais ligações do que faz
- III. Índice de Satisfação com o STFC de quem faz mais ligações de dia do que à noite
- IV. Índice de Satisfação com o STFC de quem faz mais ligações de noite do que de dia
- V. Índice de Satisfação com o STFC de quem faz muitas ligações no fim de semana
- VI. Índice de Satisfação com o STFC de quem usa o telefone para..... (motivo)
- VII. Índice de Satisfação com o STFC de quem tem mais de 2 linhas telefônicas em casa
- VIII. Índice de Satisfação com o STFC de quem usa Internet
- IX. Índice de Satisfação com o STFC de quem tem Tv a Cabo
- X. Índice de Satisfação com o STFC por tipo de residência (própria, alugada, ...)
- XI. Índice de Satisfação com o STFC por composição familiar
- XII. Índice de Satisfação com o STFC de quem faz ligação longa distância nacional
- XIII. Índice de Satisfação com o STFC de quem não faz ligação longadistância nacional
- XIV. Índice de Satisfação com o STFC de quem faz ligação longa distância internacional
- XV. Índice de Satisfação com o STFC de quem não faz ligação longa distância internacional

## **Anexo XXI**

### **Índices de Satisfação por Variáveis de Estratificação**

Os índices de satisfação por variáveis de estratificação são, no mínimo, os seguintes:

- I. STFC - residencial
  - i. Índice de Satisfação por Sexo
  - ii. Índice de Satisfação por Renda Familiar
  - iii. Índice de Satisfação por Faixa Etária
  
- II. STFC - não residencial
  - i. Índice de Satisfação por porte;
  - ii. Índice de Satisfação por setor de atividade;
  
- III. STFC - TUP
  - i. Índice de Satisfação por Sexo
  - ii. Índice de Satisfação por Renda Familiar
  - iii. Índice de Satisfação por Faixa Etária
  
- IV. SMC – pós pago
  - i. Índice de Satisfação por Sexo
  - ii. Índice de Satisfação por Renda Familiar
  - iii. Índice de Satisfação por Faixa Etária
  
- V. SMC – pré pago
  - i. Índice de Satisfação por Sexo
  - ii. Índice de Satisfação por Renda Familiar
  - iii. Índice de Satisfação por Faixa Etária