

Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida

Serviço de Acesso Condicionado Resultados 2015

ÍNDICE

1 ESCOPO	3
2 RESUMO EXECUTIVO	4
3 METODOLOGIA	5
3.1 DESENHO DA AMOSTRA.....	6
3.1.1 TIPO DE AMOSTRAGEM.....	8
3.1.2 TIPO DE ALOCAÇÃO DENTRO DOS ESTRATOS	8
3.2 MÉTODO DE COLETA	9

3.2.1 PERÍODO DA COLETA	10
3.2.2 CONTROLE DE QUALIDADE DOS DADOS	10
3.3 CALIBRAÇÃO DOS DADOS	11
3.4 ERROS AMOSTRAIS A POSTERIORI	13
4 RESULTADOS.....	14
4.1 PERFIL SÓCIO DEMOGRÁFICO DOS ENTREVISTADOS	16
4.2 SATISFAÇÃO E PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DAS PRESTADORAS.....	18
4.2.1 TESTE T DE STUDENT PARA COMPARAÇÃO DE MÉDIAS	37
4.2.2 RANKING SeAC	39
5 APÊNDICE.....	40

1 ESCOPO

A Agência Nacional de Telecomunicações, visando aprimorar os instrumentos de acompanhamento e controle da qualidade dos serviços de telecomunicações no Brasil, instituiu, através da Resolução nº 654, de 13 de julho de 2015, as condições de Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida junto aos usuários de serviços de telecomunicações. Através do Manual de Aplicação da Pesquisa e das Resoluções referentes a cada serviço, a Anatel definiu as diretrizes para o planejamento, coleta de dados e geração de resultados, detalhados no presente Relatório.

Este Relatório apresenta o detalhamento das diretrizes da pesquisa realizada em 2015, entre usuários do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC). A população-alvo da pesquisa é composta por todos os usuários do serviço, com idade mínima de 18 (dezoito anos), na condição de principal usuário, com registro em nome de pessoa física (PF) e residentes de todas as Unidades da Federação (UF). Para o estudo, foram consideradas todas as prestadoras que não se enquadram na condição de Prestadora de Pequeno Porte e que possuíam, no mínimo, 10.000 acessos PF ativos do respectivo serviço em cada UF.

2 RESUMO EXECUTIVO

O presente relatório detalha o escopo, execução e resultados da Pesquisa para Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida junto aos usuários do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC).

Foram realizadas 47.767 entrevistas telefônicas (CATI) com clientes de todos os estados da federação, clientes das prestadoras Algar, Blue, Claro, GVT, NET, Nossa TV, Oi, Sky e Vivo. As operadoras Claro, GVT, NET, Sky e Oi possuem maior abrangência, enquanto as demais são limitadas a UFs e DDDs específicos: Algar (2 UFs), Blue (5 UFs), Nossa TV (4 UFs) e Vivo (1 UF). A coleta de dados ocorreu no período de janeiro a fevereiro de 2016.

Com o resultado dos dados coletados, observa-se que o perfil sócio demográfico deste usuário é composto em sua maioria pelo gênero feminino, sendo 59% mulheres e 41% homens com média de 45 anos de idade e renda individual de R\$4.598 (média).

A avaliação das prestadoras foi composta por perguntas utilizando escalas de 0 (zero) a 10 (dez), em que 0 significa a avaliação mínima do atributo - Totalmente Insatisfeito na questão de Satisfação Geral e Péssimo nas questões de Percepção de Qualidade - e 10 a avaliação máxima - Totalmente Satisfeito na questão de Satisfação Geral e Excelente nas questões de Percepção de Qualidade.

Foram avaliados indicadores de Qualidade Percebida, relativos às áreas de relacionamento do usuário com a prestadora. Foram atribuídas as seguintes médias para cada indicador:

- Oferta e Contratação: 7,24;
- Funcionamento: 8,05;

- Cobrança: 7,51;
- Canais de Atendimento: 7,00;
- Atendimento Telefônico: 6,49;
- Capacidade de resolução: 6,51;
- Reparo e Instalação: 7,43.

Com relação à Satisfação Geral, foi realizado um teste das médias atribuídas a cada prestadora (teste t de Student), a fim determinar se a diferença entre as médias apresentava significância estatística. Desta forma, foi possível estabelecer um ranking de desempenho das prestadoras, ressaltando-se que as operadoras Claro, GVT, NET, Sky e Oi possuem maior abrangência enquanto as demais são limitadas a UFs e DDDs específicos: Algar (2 UFs), Blue (5 UFs), Nossa TV (4 UFs) e Vivo (1 UF).

No total Brasil, observa-se uma média de Satisfação Geral de 7,14, sendo:

- Na 1ª posição, Nossa TV (8,59);
- Na 2ª posição, Claro (7,23) empatada com Sky (7,21);
- Na 3ª posição, Vivo (7,13) empatada com NET (7,08) e GVT (7,06).
- Na 4ª posição, Algar (6,91) empatada com Oi (6,90) e Blue (6,82).

3 METODOLOGIA

A Pesquisa de Qualidade Percebida foi realizada através de método quantitativo, com aplicação de questionário estruturado, elaborado pela Anatel, em conjunto com as operadoras e a TNS, empresa responsável pela pesquisa.

3.1 DESENHO DA AMOSTRA

A seleção integralmente aleatória das amostras foi realizada pela Anatel a partir de sorteio da base de dados de Códigos de Acesso em operação fornecida pelas prestadoras, dentro dos segmentos: prestadora, UF do consumidor e modalidade do serviço. As prestadoras retiraram da(s) base(s) de informações os usuários que solicitaram sigilo de informações, conforme faculta o art. 3º, VI, da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 (Lei Geral de Telecomunicações – LGT).

Para o estudo retratado no presente Relatório, foram consideradas as operadoras de TV por assinatura atuantes no país, a considerar: Algar, Blue, Claro, GVT, NET, Nossa TV, Sky, Oi e Vivo. Destaca-se que as operadoras Claro, GVT, NET, Sky e Oi possuem maior abrangência enquanto as demais são limitadas a UFs e DDDs específicos: Algar (2 UFs), Blue (5 UFs), Nossa TV (4 UFs) e Vivo (1 UF).

O plano amostral (Tabela 1) foi definido pela Anatel, considerando um nível de confiança mínimo de 95% (noventa e cinco por cento) e dimensionamento das amostras com estimativa de erro mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento).

Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida

UF	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo	Total
AC	-	-	348	-	-	-	-	348	-	696
AL	-	-	355	348	373	-	-	365	-	1.441
AM	-	-	420	-	443	-	-	443	-	1.306
AP	-	-	348	-	-	-	-	353	-	701
BA	-	-	470	373	373	-	399	502	-	2.117
CE	-	-	399	374	359	-	365	470	-	1.967
DF	-	-	366	399	470	-	360	443	-	2.038
ES	-	-	365	366	419	-	365	419	-	1.934
GO	-	-	399	373	443	-	381	443	-	2.039
MA	-	-	365	-	361	-	355	399	-	1.480
MG	420	365	470	399	502	347	470	502	-	3.475
MS	-	-	373	353	399	-	353	399	-	1.877
MT	-	-	443	-	353	-	355	420	-	1.571
PA	-	-	443	-	399	-	353	443	-	1.638
PB	-	-	359	355	399	-	-	373	-	1.486
PE	-	-	420	373	365	-	360	470	-	1.988
PI	-	-	360	-	348	-	-	365	-	1.073
PR	-	-	420	443	470	-	443	470	-	2.246
RJ	-	365	502	399	502	359	470	502	-	3.099
RN	-	-	374	-	360	-	-	419	-	1.153
RO	-	346	360	-	-	-	-	360	-	1.066
RR	-	-	-	-	-	-	-	347	-	347
RS	-	360	470	419	502	347	420	502	-	3.020
SC	-	355	420	374	470	-	443	443	-	2.505
SE	-	-	349	346	349	-	-	373	-	1.417
SP	355	-	541	470	592	373	-	541	502	3.374
TO	-	-	353	-	-	-	-	360	-	713
TOTAL	775	1.791	10.492	6.164	9.251	1.426	5.892	11.474	502	47.767

Tabela 1 – Plano amostral SeAC 2015

3.1.1 TIPO DE AMOSTRAGEM

A Pesquisa de Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida adotou a Amostragem Aleatória Simples (AAS) e a Amostragem Estratificada (AE). A Amostragem Aleatória Simples (AAS) é a técnica mais simples de seleção de uma amostra probabilística de uma população-alvo. Utilizando um procedimento aleatório (computacional ou tabela de números aleatórios), sorteia-se um elemento da população-alvo, sendo que todos os elementos têm a mesma probabilidade de serem sorteados. Repete-se o procedimento até que as “n” unidades da amostra sejam sorteadas.

A Amostragem Estratificada (AE) procura explorar a ideia de que, quanto mais homogênea for a população-alvo, mais precisos serão os resultados amostrais. Nessa técnica, a população-alvo é dividida em estratos (subpopulações), usualmente de acordo com uma variável de estratificação. Ainda, na amostragem estratificada, o processo de seleção das amostras poderá se dar de forma uniforme (tamanho das amostras iguais) ou desproporcional (tamanho de amostra proporcional ao tamanho dos estratos).

Na aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida por prestadora, a variável de estratificação utilizada foi a Unidade da Federação. Para garantir a representatividade por Unidade da Federação e prestadora, em cada estrato dos serviços pesquisados foi aplicada uma AAS para selecionar as unidades amostrais.

3.1.2 TIPO DE ALOCAÇÃO DENTRO DOS ESTRATOS

Para ambas as amostras, a alocação dentro dos estratos estatísticos teve como base um erro amostral pré-definido entre 5 p.p. e 10 p.p. e uma confiabilidade que

variava de 95% a 99%. A aplicação dos erros e a confiabilidade foram definidas pela ANATEL.

Essa alocação traz consigo tamanhos de amostra não necessariamente proporcionais, entretanto, a intensidade de amostragem é obtida da mesma maneira que na amostragem aleatória simples, apenas com a particularidade da estimativa da variância que, neste caso, é a variância dos estratos, dependendo do tamanho de cada estrato.

3. 2 MÉTODO DE COLETA

As entrevistas foram realizadas nas amostras definidas, dentro do período base de coleta de dados definido pela Anatel em seu Manual de Aplicação, através do método de coleta de pesquisa por telefone – CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing).

A TNS recebeu da Anatel uma base de códigos de acesso em operação, na relação de 40 x n. Esta base foi randomizada para possibilitar a seleção aleatória dos contatos realizados, a partir da amostra enviada pela Anatel.

As atividades de coleta, crítica e consistência dos dados foram implementadas atendendo ao seguinte planejamento:

Utilização de pesquisadores, de supervisores e de coordenadores de campo com ampla experiência no uso da técnica de pesquisa por telefone - CATI.

Treinamento dos pesquisadores, contemplando explicações sobre o objeto da pesquisa, o questionário e os procedimentos operacionais e administrativos de

campo, além do passo a passo do uso do software de gerenciamento adotado pela empresa especializada contratada - TNS.

O procedimento de coleta de dados junto aos usuários utilizou o sistema de gestão de pesquisa de campo - CATI, contemplando:

- uso em rede de microcomputadores;
- controle de 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.

3.2.1 PERÍODO DA COLETA

A coleta dos dados (campo) de SeAC ocorreu no período de janeiro a fevereiro de 2016.

3.2.2 CONTROLE DE QUALIDADE DOS DADOS

Na Supervisão da Pesquisa de Campo foram observados os seguintes pontos:

- Cada processo de coleta de dados realizado foi submetido a uma análise, de forma que, mediante controle de qualidade, foi analisada a validade ou não das entrevistas realizadas, para efeito de composição do rol de amostras do período de coleta de dados;
- Em conformidade com as diretrizes da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa e da Norma Brasileira ISO 20252, as entrevistas foram validadas por monitoramento (escuta).
- O controle de qualidade de cada pesquisa foi baseado na auditoria dos dados do software de gestão da pesquisa.

3.3 CALIBRAÇÃO DOS DADOS

Seguindo o plano amostral, foi coletado o total de 47.767, cumprindo todas as cotas por operadora e Unidade da Federação. Como o desenvolvedor do desenho amostral, ANATEL, optou por um planejamento de alocação baseada no que foi descrito em 3.1.2, ao final do processo de desenho da amostra, faz-se necessário avaliar a disposição dos ponderadores obtidos para ajustar o desenho da amostra à proporcionalidade do Universo. Conforme estabelecido pela Agência, cada operadora deverá ter uma nota que seja representativa ao Universo das mesmas, desta forma, os resultados da pesquisa foram ponderados de acordo com a planta de clientes em operação.

O processo de calibração dos dados objetiva trazer o desenho amostral para uma fotografia proporcional e fidedigna do Universo de TV por assinatura.

Este processo consiste no seguinte cálculo:
$$\text{Calibrador} = \frac{\% \text{Universo Anatel}}{\% \text{Amostra Anatel}}$$

Dado o processo de alocação utilizado, os calibradores aplicados seguiram-se com valores adequados e com variância maior que 0,6 (o que significa que as distribuições amostrais se aproximam da proporcionalidade do universo). A tabela abaixo apresenta os ponderadores utilizados na calibração dos dados, categorizados da seguinte forma:

Marcados em vermelho, ponderadores superestimados (peso acima de 2).

Marcados em verde, ponderadores subestimados (peso abaixo de 0,05).

UF	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
AC	-	-	0,0891	-	-	-	-	0,0891	-
AL	-	-	0,1408	0,0891	0,3271	-	-	0,2219	-
AM	-	-	0,4952	-	0,6208	-	-	0,6682	-
AP	-	-	0,0920	-	-	-	-	0,1020	-
BA	-	-	0,9319	0,3271	0,2842	-	0,3409	1,7151	-
CE	-	-	0,4486	0,3342	0,1532	-	0,2164	1,0787	-
DF	-	-	0,2678	0,3484	1,2915	-	0,1917	0,7946	-
ES	-	-	0,2384	0,2760	0,4654	-	0,2301	0,4558	-
GO	-	-	0,4160	0,3271	0,6005	-	0,3622	0,9571	-
MA	-	-	0,2438	-	0,2078	-	0,1465	0,4411	-
MG	0,5524	0,2548	1,3021	0,3383	1,7968	0,0807	1,2574	2,7311	-
MS	-	-	0,2735	0,1076	0,3810	-	0,1076	0,4261	-
MT	-	-	0,6817	-	0,1048	-	0,1296	0,5429	-
PA	-	-	0,5959	-	0,3534	-	0,1048	0,7630	-
PB	-	-	0,1448	0,1380	0,3383	-	-	0,3244	-
PE	-	-	0,5643	0,3217	0,2630	-	0,1750	1,1617	-
PI	-	-	0,1611	-	0,0948	-	-	0,2411	-
PR	-	-	0,6214	0,8488	1,7574	-	0,7133	1,2106	-
RJ	-	0,2575	2,3785	0,3985	4,0159	0,1476	1,3957	4,5139	-
RN	-	-	0,3422	-	0,1861	-	-	0,4463	-
RO	-	0,0780	0,1722	-	-	-	-	0,1889	-
RR	-	-	-	-	-	-	-	0,0865	-
RS	-	0,1750	0,9979	0,4845	2,4004	0,0865	0,6143	1,9920	-
SC	-	0,1408	0,5619	0,3476	1,2234	-	0,6749	0,8307	-
SE	-	-	0,0946	0,0780	0,1003	-	-	0,2735	-
SP	0,1408	-	5,4492	0,9660	14,5541	0,3083	-	8,0943	3,9422
TO	-	-	0,1133	-	-	-	-	0,1694	-

Tabela 2 – Ponderadores SeAC 2015

3.4 ERROS AMOSTRAIS A POSTERIORI

O erro amostral é um indicador que mensura o quanto os valores obtidos a partir das informações da amostra podem diferir do valor real da população-alvo. Considerando-se que, em uma dada amostra, não é possível estudar todos os elementos do universo, todo processo de amostragem possui um erro amostral.

Ao iniciar-se um processo de pesquisa, faz-se necessário estimar quanto os resultados apresentam de precisão, partindo da premissa de que a probabilidade de um evento ocorrer é exatamente a mesma de não ocorrência. Essa estimativa é denominada erro a priori.

Não existe erro único para toda a pesquisa, pois cada característica tem distribuição de probabilidade própria. Para cada percentual obtido na amostra, há um erro diferente que só pode ser calculado após a execução do estudo, denominado erro a posteriori. O erro a posteriori é uma medida de acurácia que utiliza os resultados reais da pesquisa para avaliar qual a amplitude que o valor coletado apresenta. O cálculo foi aferido com base na fórmula a seguir:

$$\epsilon = \frac{1,96 \, dp}{\sqrt{n}} \times \sqrt{\frac{N-n}{N-1}}$$

Onde:

ϵ é o erro amostral,

1,96 é o valor tabelado para 95% de confiança na tabela da distribuição Normal

N é o tamanho do universo

n é o tamanho da amostra

dp é o desvio padrão em torno da média ponderada

Abaixo, são apresentados os erros a posteriori da média de satisfação geral de SeAC (dados Brasil):

(Números absolutos)

Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
0,02	0,16	0,11	0,05	0,06	0,05	0,10	0,07	0,04	0,20

Tabela 3 – Erros amostrais a posteriori SeAC 2015

4 RESULTADOS

Os questionários aplicados compreenderam um levantamento do perfil sócio demográfico dos usuários do serviço e uma avaliação dos atributos de satisfação e percepção de qualidade. Esta avaliação foi composta por perguntas utilizando escalas de 0 (zero) a 10 (dez), em que 0 significa a avaliação mínima do atributo - Totalmente Insatisfeito na questão de Satisfação Geral e Péssimo nas questões de Percepção de Qualidade - e 10 a avaliação máxima - Totalmente Satisfeito na questão de Satisfação Geral e Excelente nas questões de Percepção de Qualidade.

Conforme definido no Manual de Aplicação, atributos da pesquisa são as características da prestação dos serviços que servem de base para a aferição do grau de satisfação e de qualidade percebida pelo usuário, consistindo nas dimensões do construto a ser pesquisado. Assim, há uma lógica temática no agrupamento por atributos, aplicados na pesquisa em questões que integram blocos homogêneos. Os atributos foram definidos pela Anatel, levando em consideração informações obtidas da análise dos registros de reclamações dos usuários, o conhecimento geral da Agência e suas demandas por informações. Cada atributo corresponde a um indicador, a saber:

Satisfação geral: satisfação do usuário com o serviço prestado.

Oferta e Contratação: relação entre a informação veiculada pelas prestadoras nos atos de oferta e contratação e as características dos serviços efetivamente prestados.

Funcionamento: condições de uso e fruição dos serviços, incluindo aspectos de qualidade de voz e dados.

Cobrança: arrecadação de quantias relativas à prestação dos serviços, incluindo questões de correção.

Canais de Atendimento: meios de comunicação colocados à disposição dos usuários pelas prestadoras dos serviços para solicitar informações, contratar serviços, registrar pedidos e reclamações (telefone e site).

Atendimento Telefônico: aspectos do atendimento através do meio de comunicação telefônico.

Capacidade de resolução: capacidade da prestadora em resolver efetivamente todas as solicitações dos usuários.

Reparo e Instalação: capacidade da prestadora em resolver solicitações relacionadas a reparos e instalação do serviço de TV por assinatura.

No caso específico do atributo “Canais de Atendimento”, sabe-se que, atualmente, o atendimento telefônico gera um volume de atendimentos bastante superior aos demais canais (loja física e internet). Pensando nisso, os questionários foram desenhados com um sub-bloco específico para atendimento telefônico, não replicado para os demais canais. Portanto, tem-se que o atributo gerou dois indicadores - “Canais de Atendimento” e “Atendimento Telefônico”, possibilitando informações mais precisas sobre os canais de atendimento das prestadoras.

A fim de aprimorar a qualificação das respostas, os questionários incluíram filtros, para que apenas os usuários que passaram pela experiência mencionada em cada atributo respondessem às perguntas dos blocos a eles relativos.

Os indicadores foram calculados a partir de uma média ponderada dos atributos componentes, calculada diretamente sobre as notas de cada respondente no banco de dados, com base na fórmula a seguir:

$$\overline{X}_{jk} = \frac{\sum \overline{X'}_{ijk}}{n_{jk}}, \text{ onde:}$$

$\overline{X'}_{ijk}$ corresponde à média ponderada de cada indivíduo por composição de indicador

n_{jk} corresponde ao tamanho da amostra no j-ésimo estrato do k-ésimo indicador

Decupando $\overline{X'}_{ijk}$, temos que:

$$\overline{X'}_{ijk} = \frac{\sum x_{ijk}}{\sum p_{ijk}} \cdot W_{ij}$$

X'_{ijk} corresponde ao somatório i-ésimo indivíduo do j-ésimo estrato do k-ésimo indicador;

p_{ijk} corresponde ao somatório da i-ésima pergunta do j-ésimo estrato do k-ésimo indicador;

W_{ij} corresponde ao peso do i-ésimo indivíduo no j-ésimo estrato

A seguir, serão apresentados os resultados da coleta desses dados, tabulados a fim de consolidá-los em frequências (proporções) e médias. Os gráficos apresentam os dados do total Brasil e estratificados por operadora.

4.1 PERFIL SÓCIO DEMOGRÁFICO DOS ENTREVISTADOS

Os gráficos abaixo apresentam o perfil sócio demográfico dos usuários de TV por assinatura.

Abaixo, observamos que a média de idade dos usuários de TV por assinatura é de 45 anos, no total.

Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida

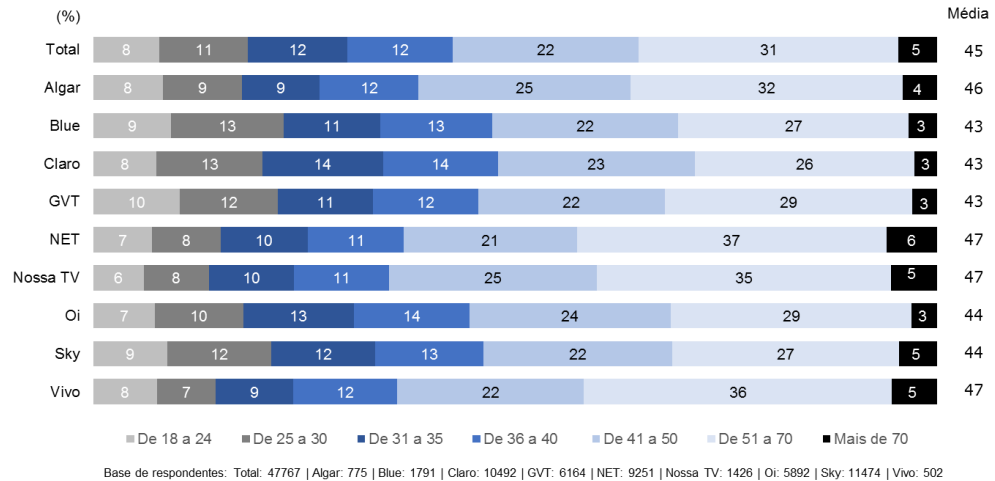


Gráfico 1 – Idade (Média e percentual)

Em geral, há predominância do sexo feminino.

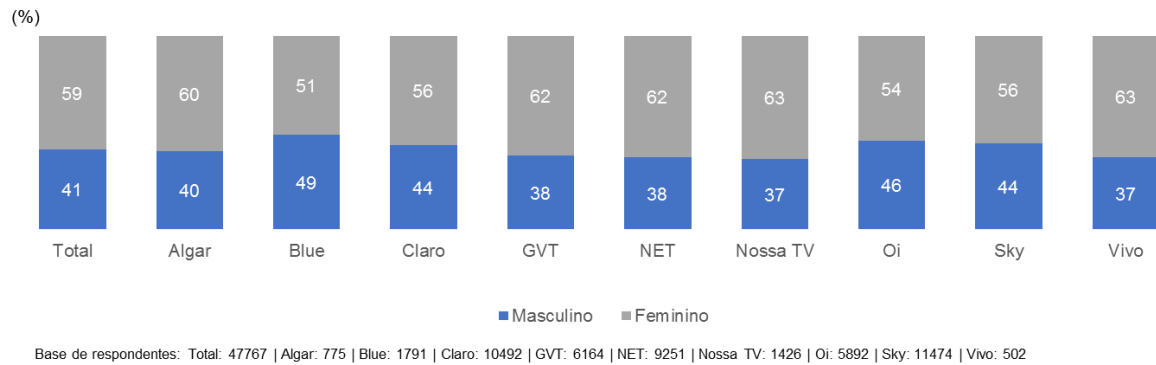


Gráfico 2 – Gênero (Percentual)

Em média, duas pessoas contribuem para a renda do domicílio.

(Média)

Total	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
1,93	2,09	1,90	1,91	1,98	1,91	1,80	1,94	1,95	1,92

Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 3 – Quantidade de pessoas que contribuem para renda (Média)

Renda média familiar de R\$4.598, no total.

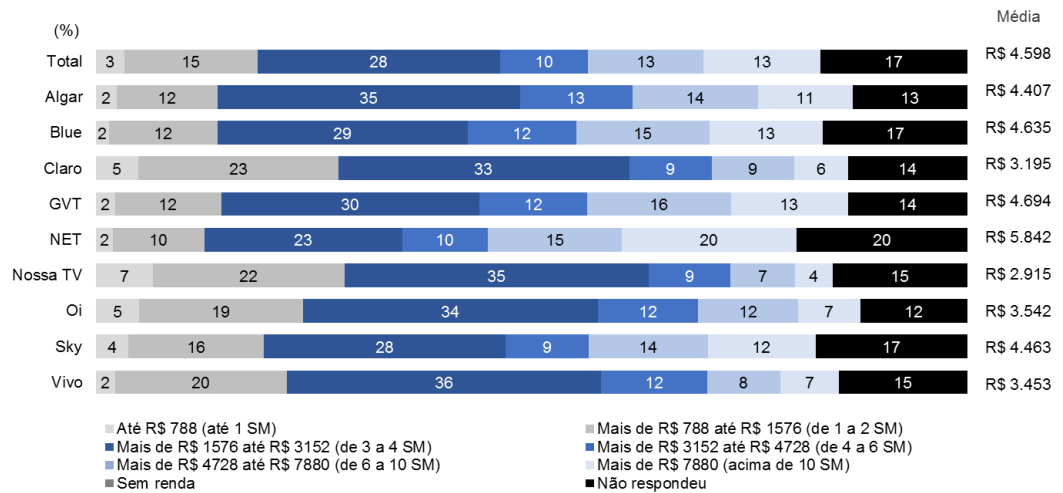
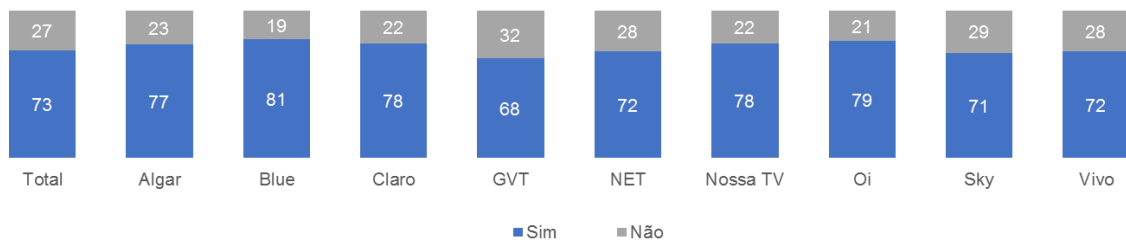


Gráfico 4 – Renda Familiar (Média e percentual)

Mais 70% dos entrevistados é responsável pelo pagamento da fatura.



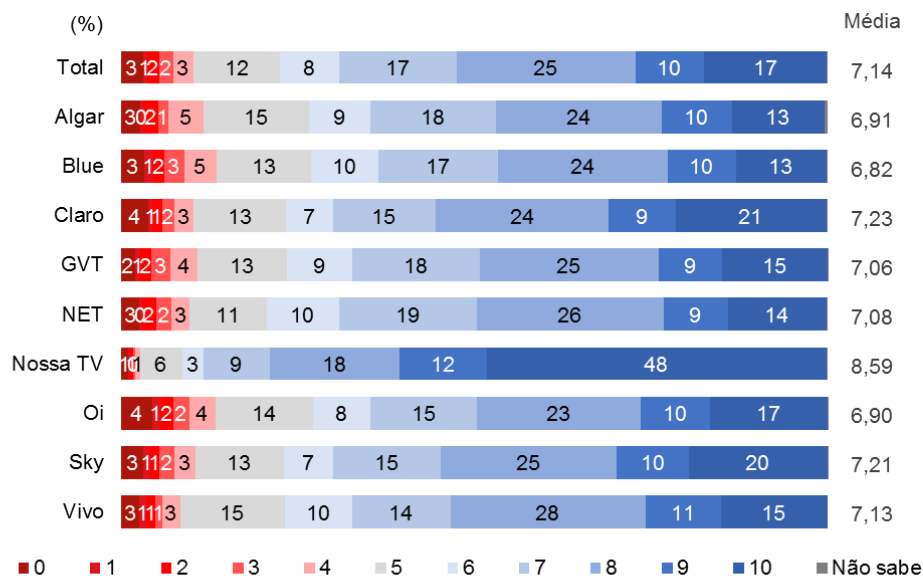
Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 5 – Responsável pelo pagamento dos gastos do serviço de TV por assinatura (Percentual)

4.2 SATISFAÇÃO E PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DAS PRESTADORAS

A seguir, podemos observar os gráficos de satisfação geral de cada operadora de TV por assinatura, em uma escala em que 0 (zero) representa “Totalmente Insatisfeito” e 10 (dez) representa “Totalmente Satisfeito”. O desempenho médio das operadoras de SeAC é de 7,14.

Satisfação Geral



Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 6 – Satisfação Geral (Média e percentual)

Abaixo, serão apresentados os resultados dos Indicadores da Qualidade, medidos em uma escala em que 0 (zero) representa “Péssimo” e 10 (dez) representa “Excelente”. Em “Oferta e Contratação”, média de 7,24, no total.

Oferta e Contratação

(Média)

Total	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
7,24	7,27	7,24	7,37	7,31	7,10	8,95	6,80	7,40	7,14

Base de respondentes: Total: 47737 | Algar: 775 | Blue: 1789 | Claro: 10482 | GVT: 6160 | NET: 9250 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5889 | Sky: 11464 | Vivo: 502

Gráfico 7 – Indicador Oferta e Contratação (Média)

Abaixo, os resultados dos atributos que compõem “Oferta e Contratação”.

Facilidade de entendimento dos planos e serviços contratados

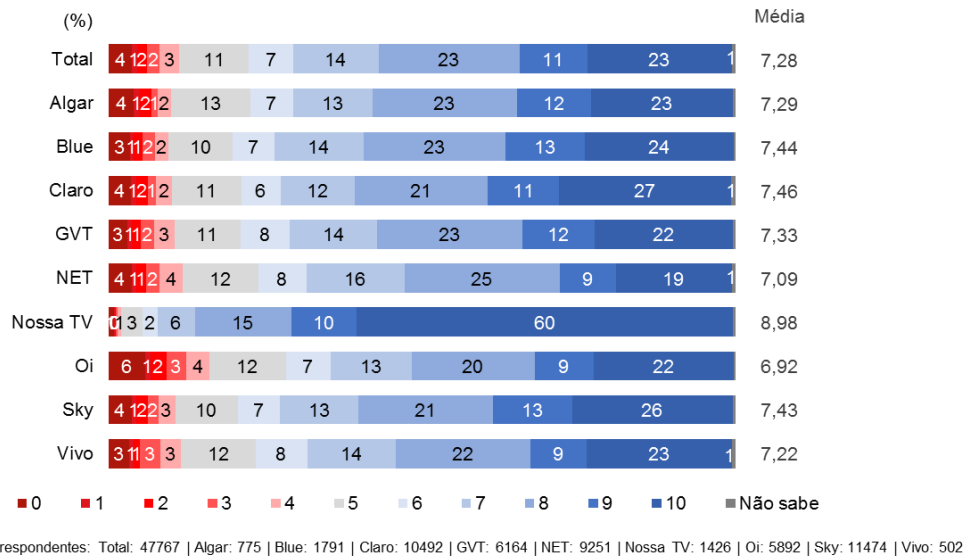


Gráfico 8 – Facilidade de entendimento dos planos e serviços contratados (Média e percentual)

A operadora cumpre o que promete e divulga em sua publicidade

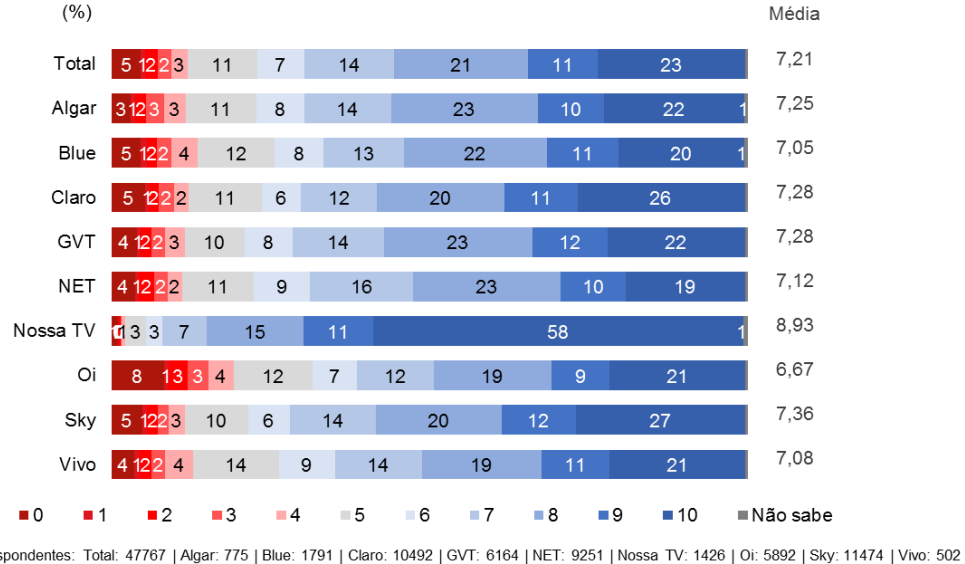


Gráfico 9 – A operadora cumpre o que promete e divulga em sua publicidade (Média e percentual)

Em “Funcionamento”, média de 8,05, no total.

Funcionamento

(Média)

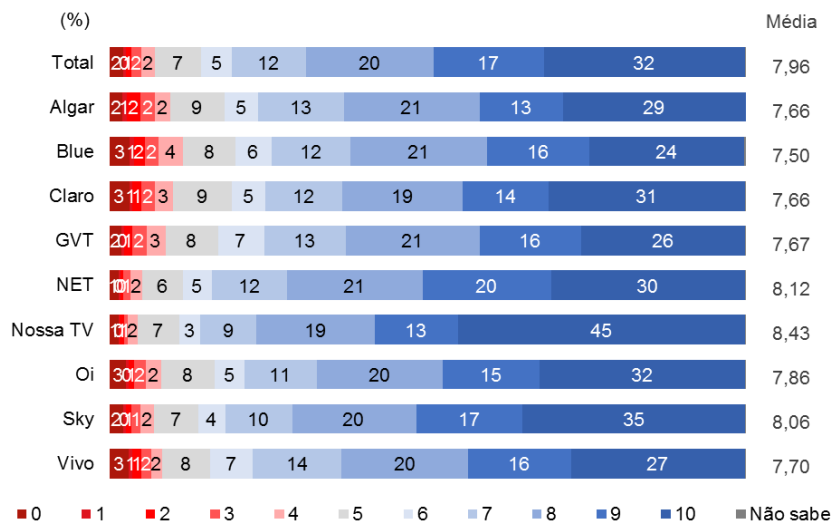
Total	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
8,05	7,70	7,32	7,75	7,75	8,19	8,44	7,95	8,17	7,75

Base de respondentes: Total: 47752 | Algar: 775 | Blue: 1786 | Claro: 10490 | GVT: 6164 | NET: 9249 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5888 | Sky: 11472 | Vivo: 502

Gráfico 10 – Indicador Funcionamento (Média)

Abaixo, os resultados dos atributos de “Funcionamento”, relativos à utilização de TV por assinatura nos últimos 6 meses.

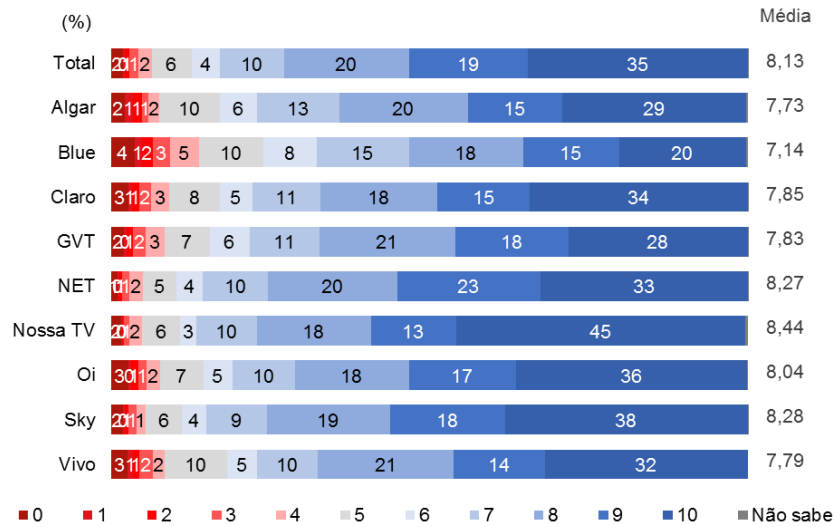
Disponibilidade do sinal de TV por assinatura



Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 11 – Disponibilidade do sinal de TV por assinatura (Média e percentual)

Qualidade da imagem da TV por assinatura



Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 12 – Qualidade da imagem da TV por assinatura (Média e percentual)

Em “Cobrança”, média de 7,51, no total.

Cobrança

(Média)

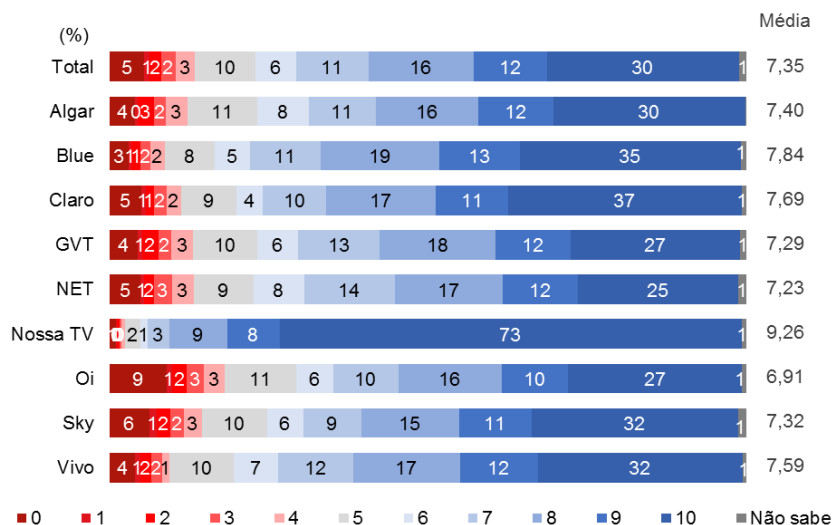
Total	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
7,51	7,62	7,93	7,84	7,52	7,44	9,31	7,08	7,41	7,67

Base de respondentes: Total: 47553 | Algar: 774 | Blue: 1781 | Claro: 10463 | GVT: 6137 | NET: 9194 | Nossa TV: 1423 | Oi: 5877 | Sky: 11404 | Vivo: 500

Gráfico 13 – Indicador Cobrança (Média)

Abaixo, os resultados dos atributos de “Cobrança”.

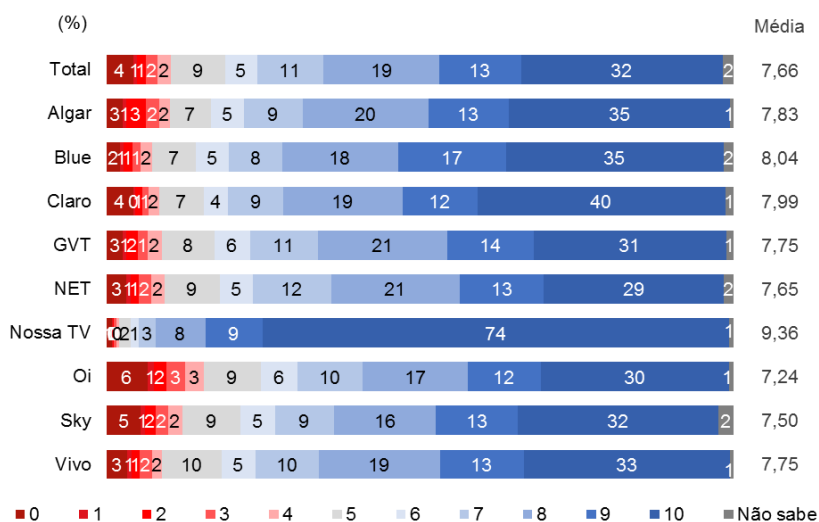
Cobrança dos valores na conta de acordo com o contratado



Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 14 – Cobrança dos valores na conta de acordo com o contratado (Média e percentual)

Clareza das informações na conta



Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 15 – Clareza das informações na conta (Média e percentual)

Em “Canais de Atendimento”, média de 7,00, no total, entre os entrevistados que utilizaram determinado canal nos últimos 6 meses.

Canais de Atendimento

(Média)

Total	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
7,00	7,77	7,29	7,22	7,61	6,93	8,98	6,45	6,94	6,86

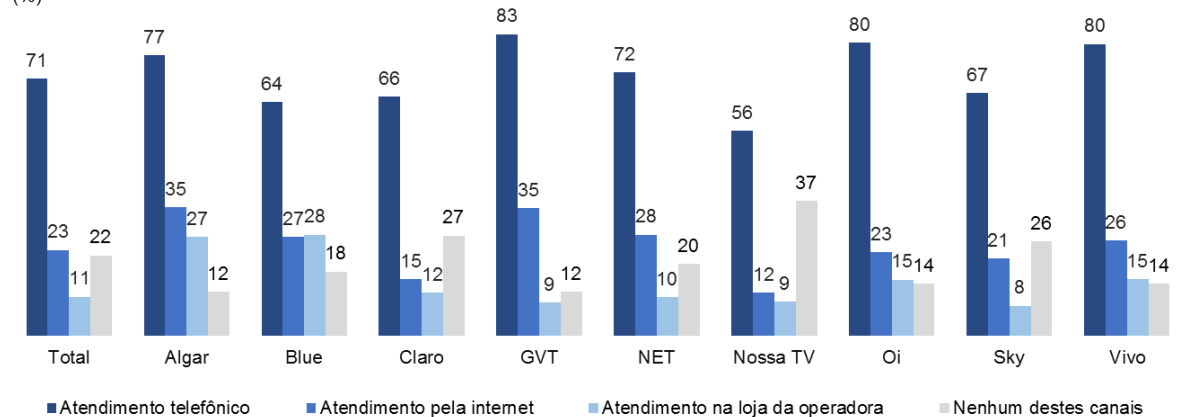
Base de respondentes: Total: 37417 | Algar: 644 | Blue: 1359 | Claro: 7527 | GVT: 5399 | NET: 7582 | Nossa TV: 856 | Oi: 4960 | Sky: 8669 | Vivo: 421

Gráfico 16 – Indicador Canais de Atendimento (Média)

Abaixo, os resultados dos atributos de “Canais de Atendimento”, medidos através da avaliação de qualidade geral de cada meio de contato oferecido pelas prestadoras.

Canais de atendimento utilizados

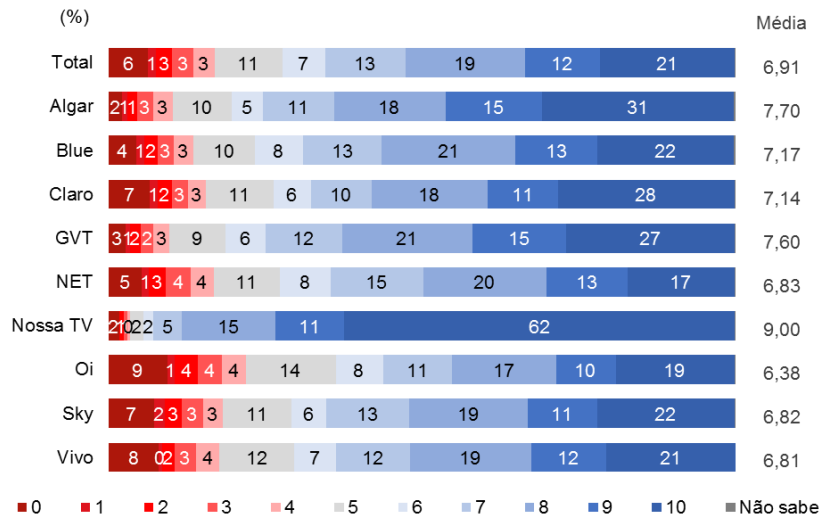
(%)



Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 17 – Canais de atendimento utilizados (Percentual)

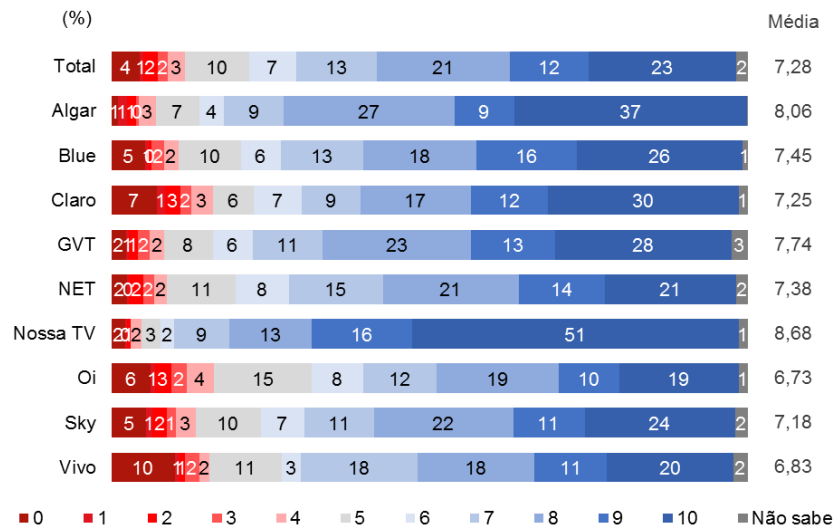
Nota geral para atendimento telefônico



Base de respondentes: Total: 34873 | Algar: 594 | Blue: 1158 | Claro: 7124 | GVT: 5106 | NET: 6900 | Nossa TV: 799 | Oi: 4772 | Sky: 8018 | Vivo: 402

Gráfico 18 – Nota para atendimento telefônico (Média e percentual)

Nota geral para atendimento via internet



Base de respondentes: Total: 11875 | Algar: 280 | Blue: 488 | Claro: 1661 | GVT: 2198 | NET: 2863 | Nossa TV: 177 | Oi: 1407 | Sky: 2670 | Vivo: 131

Gráfico 19 – Nota para atendimento via internet (Média e percentual)

Em “Atendimento Telefônico”, média de 6,49, no total, pela avaliação de clientes que utilizaram o canal nos últimos 6 meses.

Atendimento Telefônico

(Média)

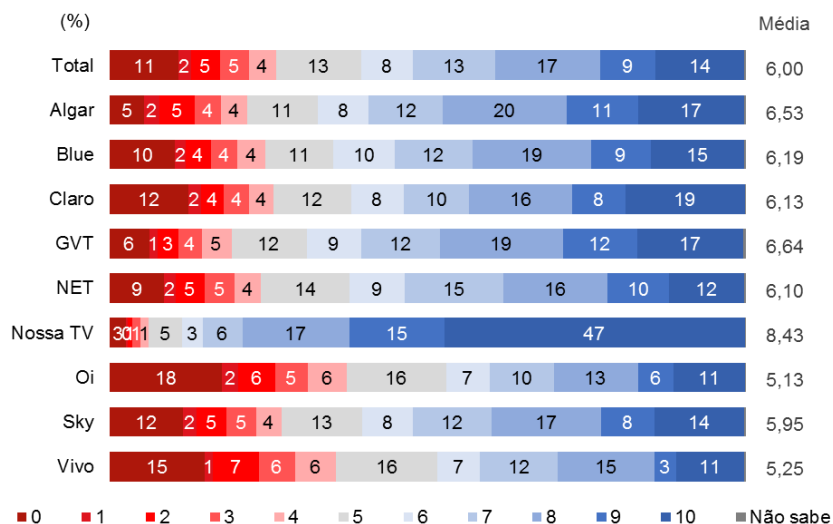
Total	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
6,49	7,16	6,75	6,73	7,09	6,47	8,66	5,87	6,40	6,27

Base de respondentes: Total: 34858 | Algar: 594 | Blue: 1157 | Claro: 7122 | GVT: 5103 | NET: 6896 | Nossa TV: 799 | Oi: 4772 | Sky: 8013 | Vivo: 402

Gráfico 20 – Indicador Atendimento Telefônico (Média)

Abaixo, os resultados dos atributos de “Atendimento Telefônico”.

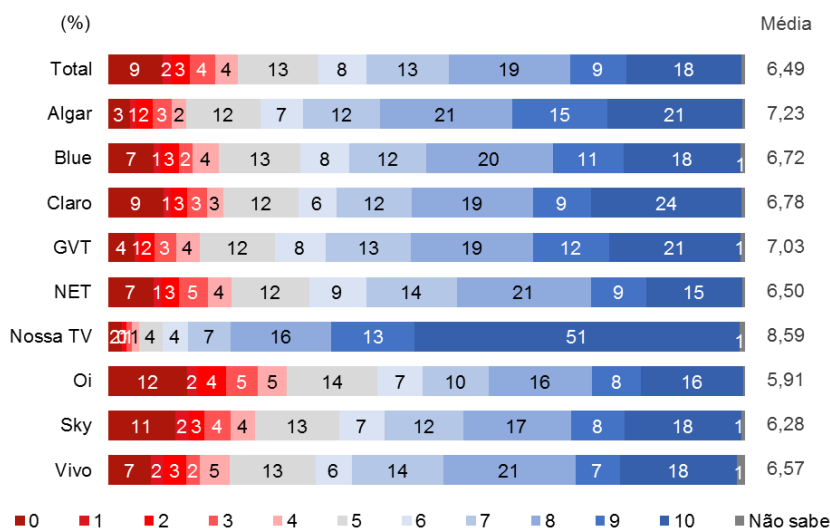
Tempo de espera para falar com o atendente



Base de respondentes: Total: 34873 | Algar: 594 | Blue: 1158 | Claro: 7124 | GVT: 5106 | NET: 6900 | Nossa TV: 799 | Oi: 4772 | Sky: 8018 | Vivo: 402

Gráfico 21 – Tempo de espera para falar com o atendente (Média e percentual)

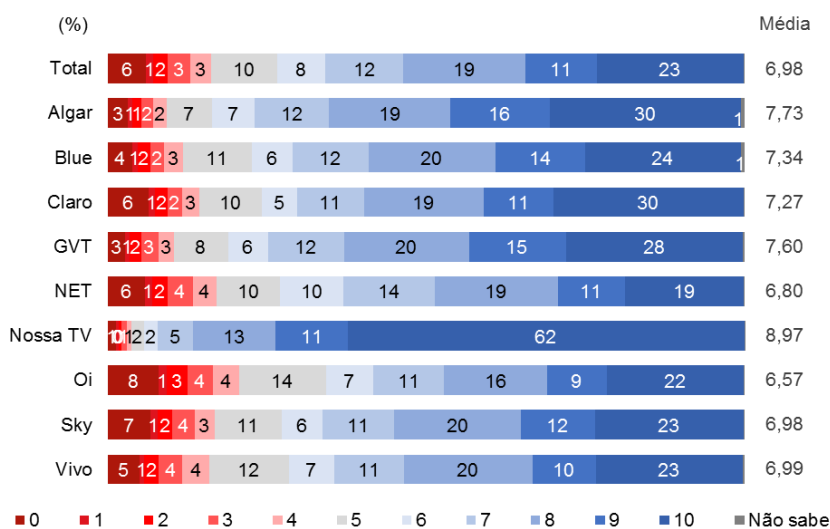
Necessidade de repetir a demanda



Base de respondentes: Total: 34873 | Algar: 594 | Blue: 1158 | Claro: 7124 | GVT: 5106 | NET: 6900 | Nossa TV: 799 | Oi: 4772 | Sky: 8018 | Vivo: 402

Gráfico 22 – Necessidade de repetir a demanda (Média e percentual)

Capacidade dos atendentes para esclarecer dúvidas, dar orientações ou informações



Base de respondentes: Total: 34873 | Algar: 594 | Blue: 1158 | Claro: 7124 | GVT: 5106 | NET: 6900 | Nossa TV: 799 | Oi: 4772 | Sky: 8018 | Vivo: 402

Gráfico 23 – Capacidade dos atendentes para esclarecer dúvidas, dar orientações ou informações (Média e percentual)

Em “Capacidade de Resolução”, média de 6,51, no total, pela avaliação dos consumidores que passaram pela experiência nos últimos 6 meses.

Capacidade de Resolução

(Média)

Total	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
6,51	6,87	6,66	6,60	6,86	6,64	8,28	6,10	6,24	6,89

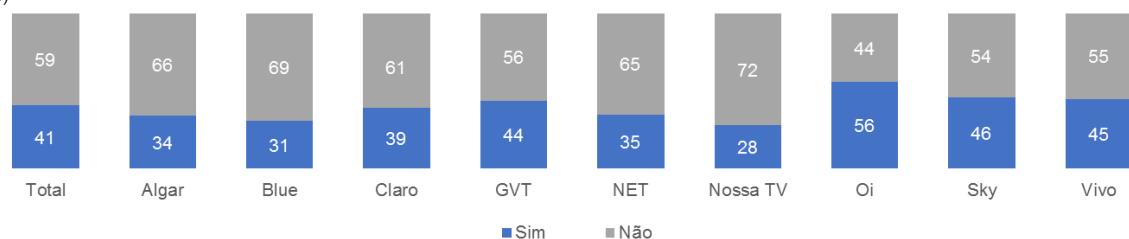
Base de respondentes: Total: 36109 | Algar: 542 | Blue: 1282 | Claro: 7890 | GVT: 4961 | NET: 7034 | Nossa TV: 752 | Oi: 4721 | Sky: 8547 | Vivo: 380

Gráfico 24 – Indicador Capacidade de Resolução (Média)

Abaixo, os resultados dos atributos que compõem “Capacidade de Resolução”.

Contato sobre problema de cobrança

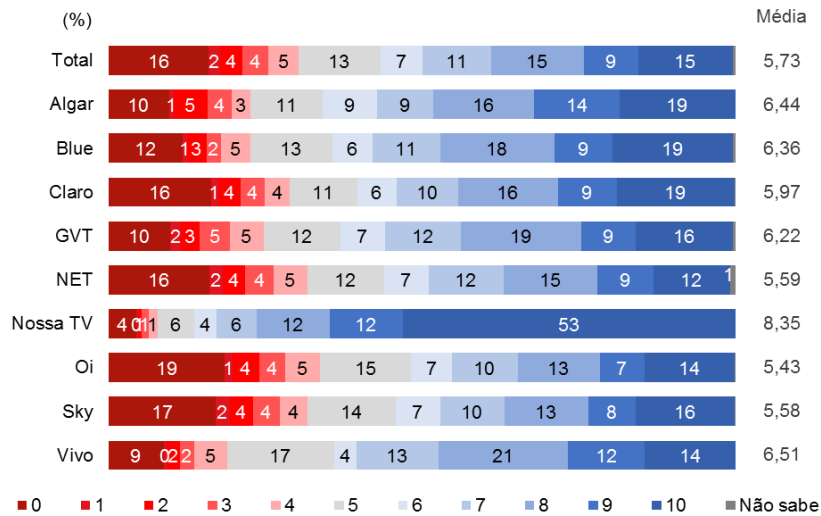
(%)



Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 25 – Contato sobre algum problema de cobrança (Percentual)

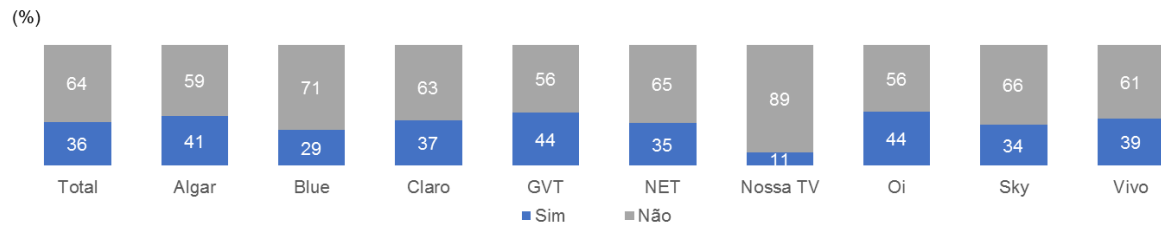
Resolução do problema de cobrança pela operadora



Base de respondentes: Total: 21474 | Algar: 266 | Blue: 566 | Claro: 4558 | GVT: 2762 | NET: 3659 | Nossa TV: 392 | Oi: 3437 | Sky: 5606 | Vivo: 228

Gráfico 26 – Resolução do problema de cobrança pela operadora (Média e percentual)

Contato para alterar o plano ou condição comercial



Base de respondentes: Total: 47767 | Algar: 775 | Blue: 1791 | Claro: 10492 | GVT: 6164 | NET: 9251 | Nossa TV: 1426 | Oi: 5892 | Sky: 11474 | Vivo: 502

Gráfico 27 – Contato para alterar o plano ou alguma condição comercial (Percentual)

Resolução da alteração de plano ou condição comercial pela operadora

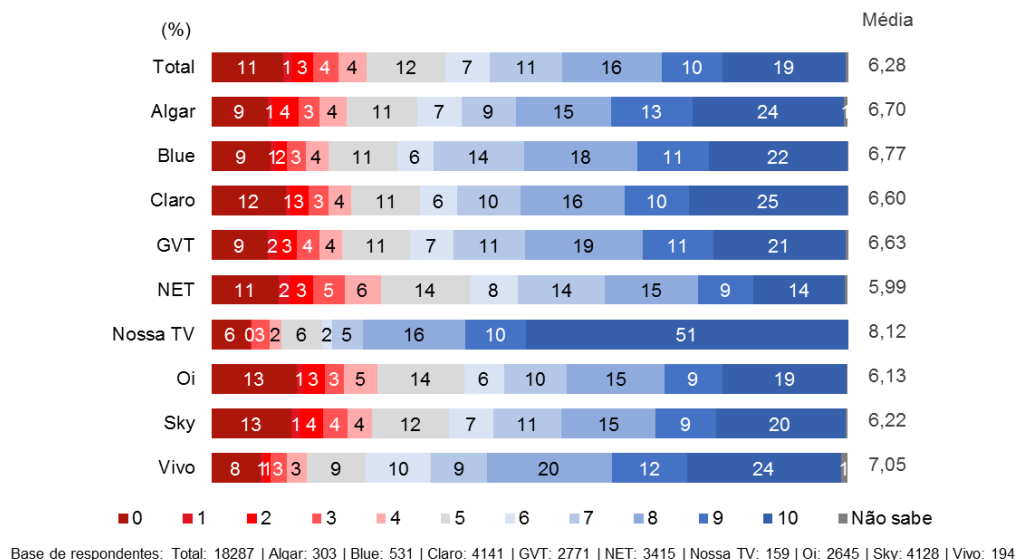


Gráfico 28 – Resolução da alteração de plano ou condição comercial pela operadora (Média e percentual)

Contato para cancelar serviços ou pacotes

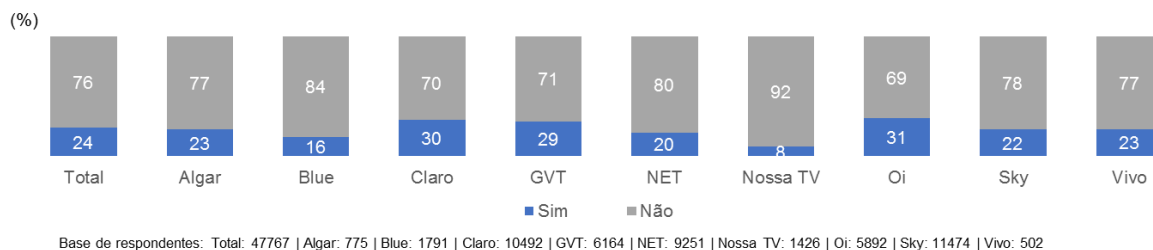


Gráfico 29 – Contato para cancelar serviços ou pacotes (Percentual)

Resolução do pedido de cancelamento da operadora

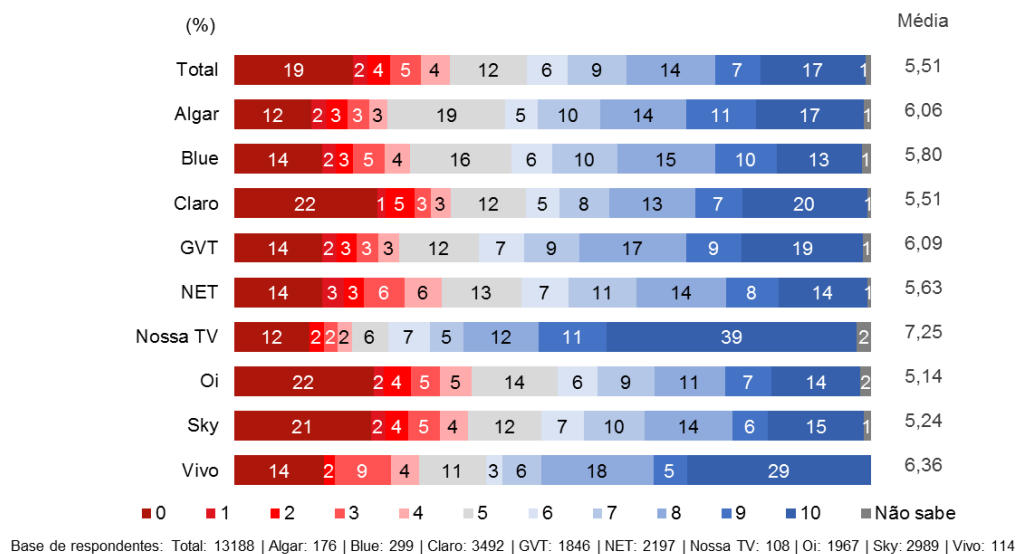


Gráfico 30 – Resolução do pedido de cancelamento da operadora (Média e percentual)

Contato sobre problemas de funcionamento do serviço de TV por assinatura

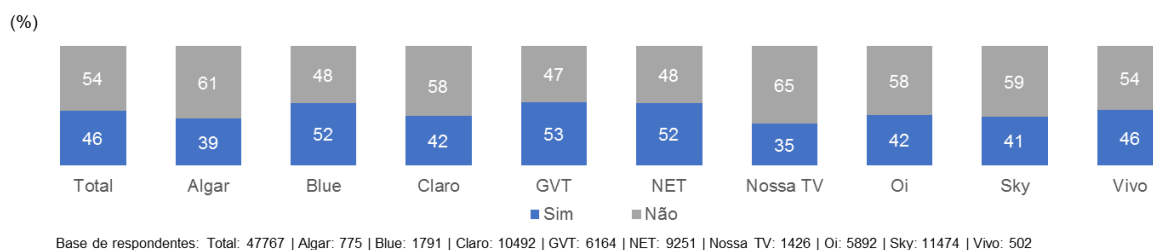


Gráfico 31 – Contato sobre problemas de funcionamento do serviço de TV por assinatura (Percentual)

Resolução do problema de funcionamento pela operadora

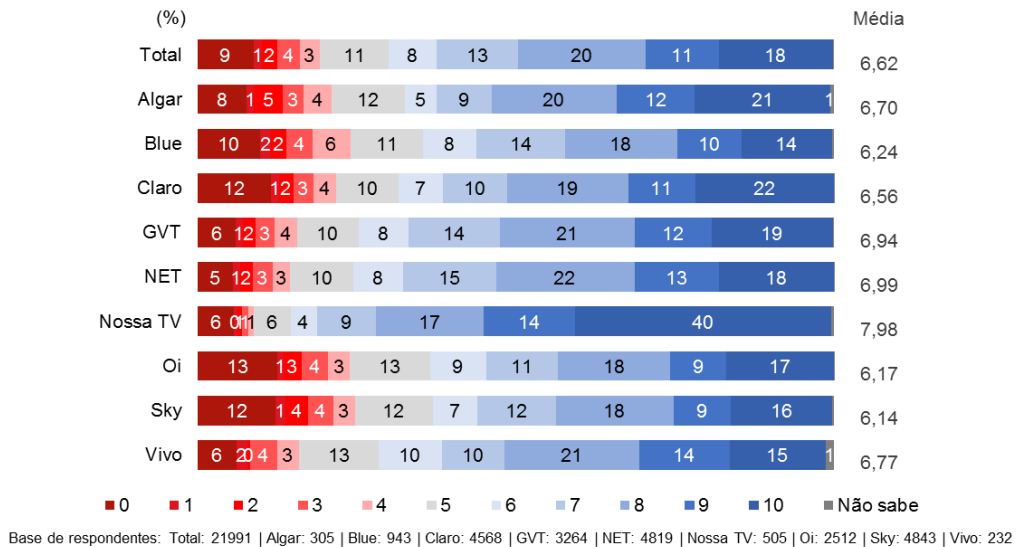


Gráfico 32 – Resolução do problema de funcionamento pela operadora (Média e percentual)

Em “Reparo e Instalação”, média de 7,43, no total, pela avaliação dos consumidores que passaram pela experiência nos últimos 6 meses.

Reparo e Instalação

Total	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
7,43	7,56	6,95	7,60	7,64	7,68	8,58	7,08	6,95	8,15

Base de respondentes: Total: 19518 | Algar: 226 | Blue: 739 | Claro: 4425 | GVT: 2802 | NET: 3886 | Nossa TV: 511 | Oi: 2209 | Sky: 4517 | Vivo: 203

Gráfico 33 – Indicador Reparo e Instalação (Média)

Abaixo, os resultados dos atributos que compõem “Reparo e Instalação”.

Contato para instalação de TV por assinatura no atual endereço

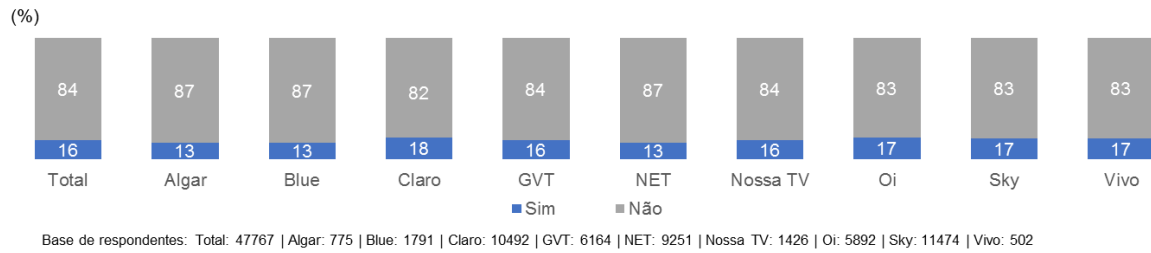


Gráfico 34 – Contato para instalação de TV por assinatura no atual endereço (Percentual)

Tempo de espera entre a solicitação e a visita do técnico

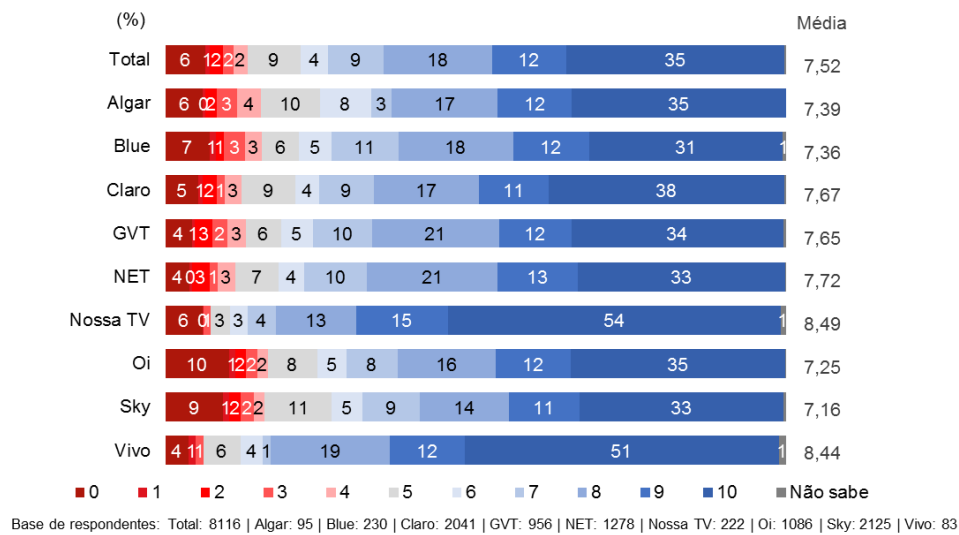


Gráfico 35 – Tempo de espera entre a solicitação e a visita do técnico (Média e percentual)

Cumprimento do prazo acordado

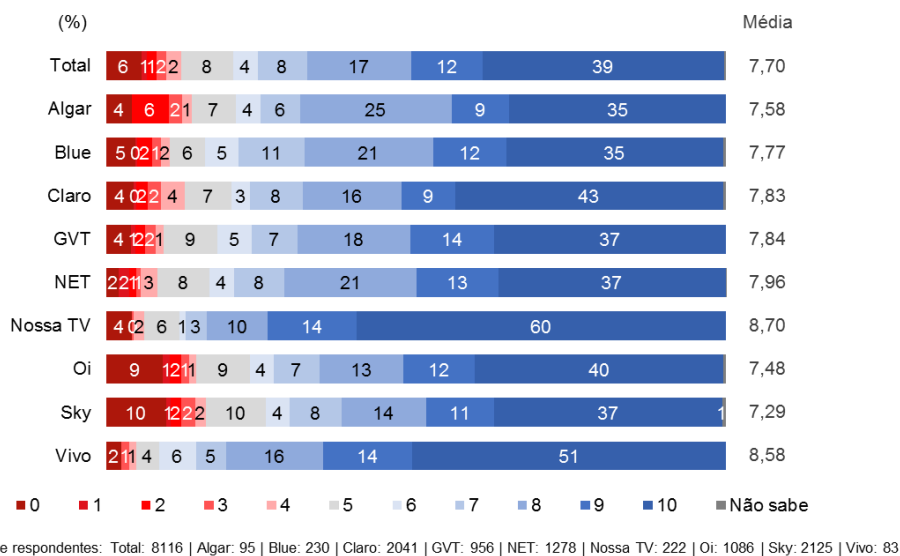


Gráfico 36 – Cumprimento do prazo acordado (Média e percentual)

Qualidade da instalação do serviço

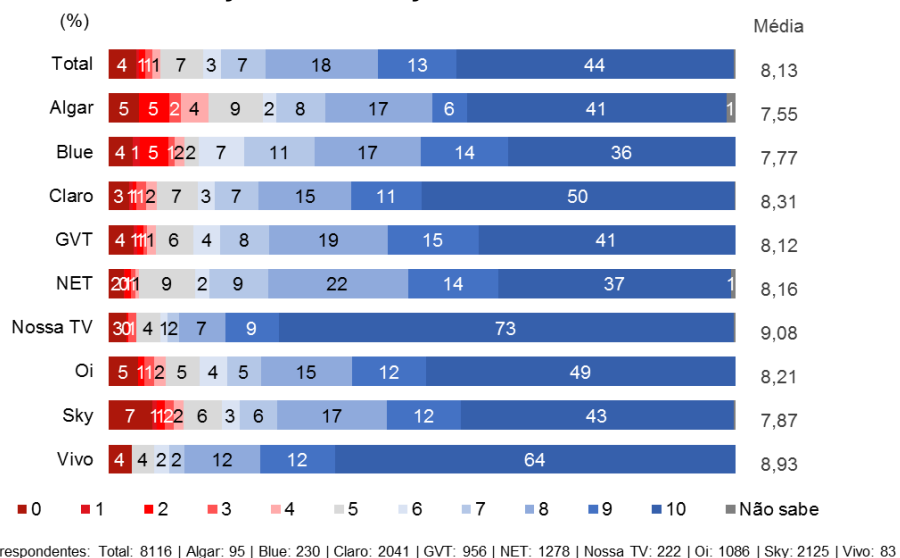


Gráfico 37 – Qualidade da instalação do serviço (Média e percentual)

Contato para solicitar algum tipo de reparo na TV por assinatura

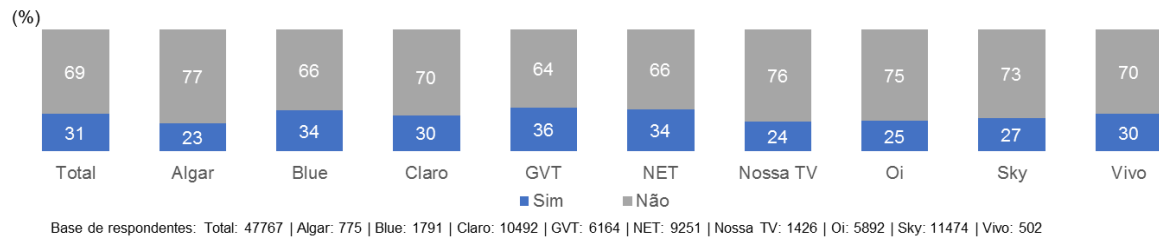


Gráfico 38 – Contato para solicitar algum tipo de reparo na TV por assinatura (Percentual)

Tempo de espera entre a solicitação e a visita do técnico

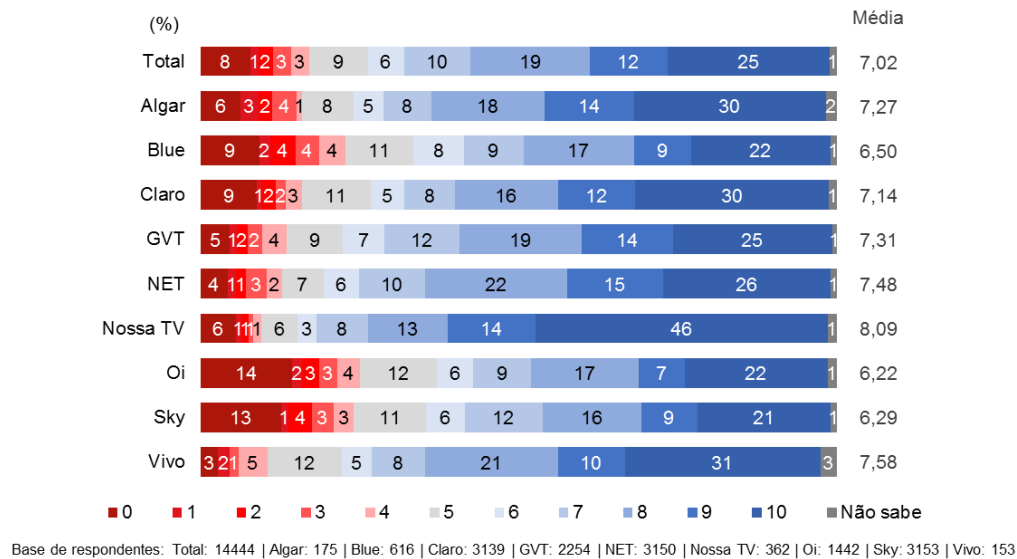
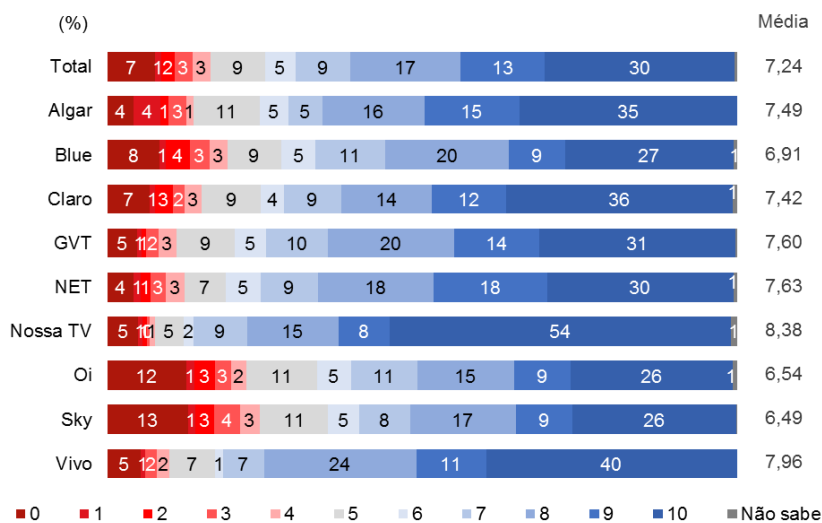


Gráfico 39 – Tempo de espera entre a solicitação e a visita do técnico (Média e percentual)

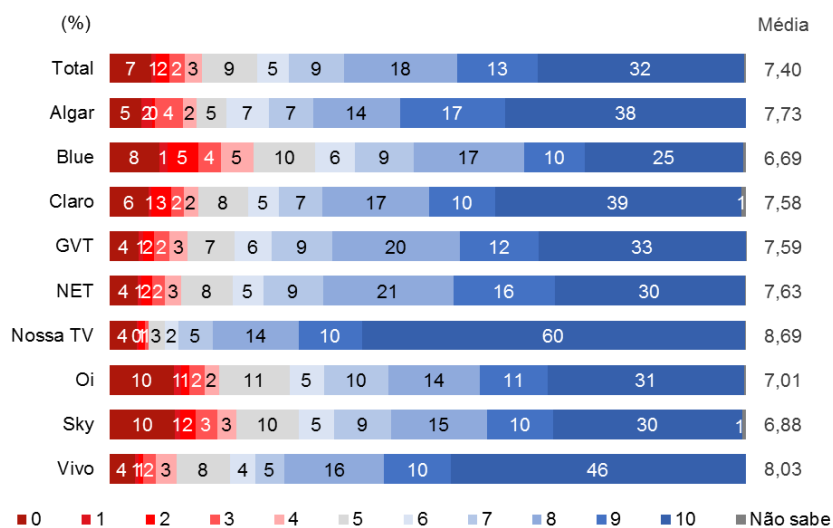
Cumprimento do prazo acordado



Base de respondentes: Total: 14444 | Algar: 175 | Blue: 616 | Claro: 3139 | GVT: 2254 | NET: 3150 | Nossa TV: 362 | Oi: 1442 | Sky: 3153 | Vivo: 153

Gráfico 40 – Cumprimento do prazo acordado (Média e percentual)

Capacidade de resolução do reparo



Base de respondentes: Total: 14444 | Algar: 175 | Blue: 616 | Claro: 3139 | GVT: 2254 | NET: 3150 | Nossa TV: 362 | Oi: 1442 | Sky: 3153 | Vivo: 153

Gráfico 41 – Capacidade de resolução do reparo (Média e percentual)

4.2.1 TESTE T DE STUDENT PARA COMPARAÇÃO DE MÉDIAS

Visando atribuir posições em ordem de desempenho na Satisfação Geral, entre as prestadoras do Serviço de Acesso Condicionado, faz-se necessário aplicar um teste estatístico, a fim de validar estatisticamente a diferença entre as médias de cada operadora. Para o presente estudo, optou-se pelo teste t de Student para comparação de médias.

A distribuição t é uma distribuição de probabilidade teórica. É simétrica, campaniforme, e semelhante à curva normal padrão, porém com caudas mais largas, ou seja, uma simulação da t de Student pode gerar valores mais extremos que uma simulação da normal. O único parâmetro v que a define e caracteriza a sua forma é o número de graus de liberdade. Quanto maior for esse parâmetro, mais próxima da normal ela será.

O teste t de Student ou somente teste t é um teste de hipótese que usa conceitos estatísticos para rejeitar ou não uma hipótese nula quando a estatística de teste segue uma distribuição t de Student.

Essa premissa é normalmente usada quando a estatística de teste, na verdade, segue uma distribuição normal, mas a variância da população σ^2 é desconhecida. Nesse caso, é usada a variância amostral S^2 e, com esse ajuste, a estatística de teste passa a seguir uma distribuição t de Student.

Os testes podem ser unilaterais ou bilaterais de acordo com seu parâmetro. Em um teste unilateral, a região de rejeição está somente em uma das caudas da distribuição, enquanto em testes bilaterais, a região de rejeição se distribui igualmente em ambas as caudas da distribuição. Assim, se estivermos interessados em mostrar que um parâmetro é significativamente superior ou inferior a um determinado valor, teremos que realizar um teste unilateral e teremos uma única

região de rejeição, do tamanho do nível de significância fixado. Mas se, no entanto, estivermos interessados em mostrar que um determinado parâmetro é apenas diferente de um determinado valor (sem especificar se inferior ou superior) teremos que realizar um teste bilateral e a região de rejeição será dividida em duas partes iguais, nas extremidades da curva do teste, em que cada região de rejeição terá metade do nível de significância. Dessa forma, para realização do teste, deveremos primeiramente obter a média e o desvio padrão de cada uma das amostras envolvidas e calcular a estatística do teste:

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{S_p^2 \left(\sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}} \right)}$$
, a qual tem distribuição t de Student com $n_1 + n_2 - 2$ graus de liberdade.

Onde:

- $\overline{x}_1$ e $\overline{x}_2$ são as médias amostrais do grupo 1 e 2 respectivamente;
- S_1 e S_2 são os desvios padrões do grupo 1 e 2 respectivamente;
- n_1 e n_2 são os tamanhos de amostra do grupo 1 e 2 respectivamente.

A variância é calculada da seguinte forma:

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

Como a Anatel possui uma amostra superior a 120 casos, os pontos de rejeição da hipótese nula, ou seja, os pontos onde consideramos as diferenças significativas são:

- Se $t \geq 1,96 \rightarrow$ Diferença significativa a 95%

4.2.2 RANKING SATISFAÇÃO GERAL SeAC

Abaixo, observa-se a performance das operadoras de TV por assinatura, através da avaliação de Satisfação Geral pelos consumidores, bem como sua posição no ranking atribuído pelo teste t de Student. No contexto da atuação das prestadoras, faz-se necessário ressaltar que as operadoras Claro, GVT, NET, Sky e Oi possuem maior abrangência enquanto as demais são limitadas a UFs e DDDs específicos: Algar (2 UFs), Blue (5 UFs), Nossa TV (4 UFs) e Vivo (1 UF).

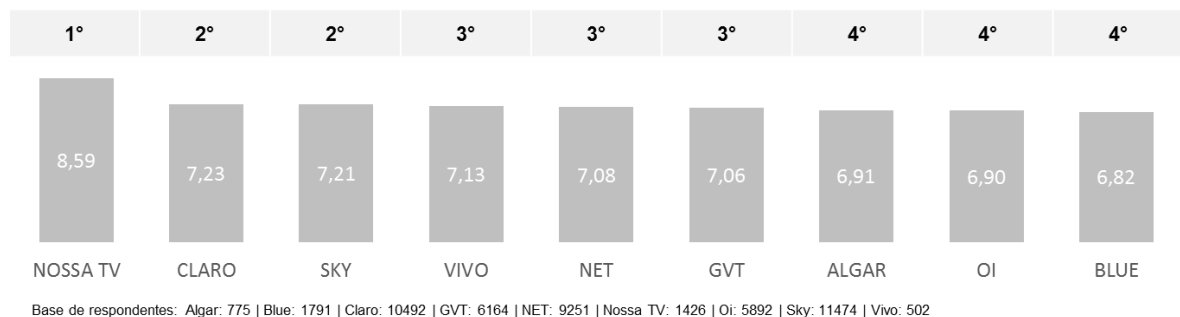


Gráfico 42 – Ranking de SeAC (Média)

Obs.: Abrangência de UFs na pesquisa, por operadora: ALGAR: MG, SP/ BLUE: MG, RJ, RO, RS, SC/ CLARO: AC, AL, AM, AP, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, MT, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RO, RS, SC, SE, SP, TO/ GVT: AL, BA, CE, DF, ES, GO, MG, MS, PB, PE, PR, RJ, RS, SC, SE, SP/ NET: AL, AM, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, MT, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RS, SC, SE, SP/ NOSSA TV: MG, RJ, RS, SP/ OI: BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, MT, PA, PE, PR, RJ, RS, SC/ SKY: AC, AL, AM, AP, BA, CE, DF, ES, GO, MA, MG, MS, MT, PA, PB, PE, PI, PR, RJ, RN, RO, RR, RS, SC, SE, SP, TO/ VIVO: SP.

5 APÊNDICE

As tabelas abaixo apresentam os resultados – perfil demográfico, índices de Satisfação Geral e Indicadores da Qualidade – detalhados por Unidade da Federação.

Apêndice 1 – Ranking Satisfação Total – UF

2015				2015				2015			
UF	Operadora	Média	Ranking	UF	Operadora	Média	Ranking	UF	Operadora	Média	Ranking
AC	CLARO	7,39	1	MG	NOSSA TV	8,4	1	RJ	CLARO	7,49	2
AC	SKY	7,35	1	MG	SKY	7,31	2	RJ	GVT	7,47	2
AL	SKY	7,26	1	MG	OI	7,07	3	RJ	SKY	7,4	2
AL	GVT	7,2	1	MG	NET	7,04	3	RJ	OI	6,93	3
AL	CLARO	7,15	1	MG	GVT	6,95	3	RJ	BLUE	6,78	3
AL	NET	6,95	1	MG	ALGAR	6,95	3	RN	SKY	7,37	1
AM	CLARO	7,5	1	MG	CLARO	6,93	3	RN	CLARO	7,22	1
AM	NET	6,96	2	MG	BLUE	6,82	3	RN	NET	7,07	1
AM	SKY	6,87	2	MS	CLARO	7,39	1	RO	SKY	7,12	1
AP	CLARO	7,54	1	MS	NET	7,3	1	RO	CLARO	6,98	1
AP	SKY	6,98	2	MS	OI	7,1	2	RO	BLUE	6,8	1
BA	NET	7,19	1	MS	GVT	7,08	2	RR	SKY	6,89	1
BA	CLARO	6,98	1	MS	SKY	6,94	2	RS	NOSSA TV	8,67	1
BA	SKY	6,93	1	MT	CLARO	7,3	1	RS	CLARO	7,55	2
BA	GVT	6,89	1	MT	OI	7,26	1	RS	GVT	7,42	2
BA	OI	6,48	2	MT	SKY	7,04	2	RS	NET	7,33	2
CE	CLARO	7,5	1	MT	NET	6,83	2	RS	SKY	7,28	2
CE	GVT	7,33	2	PA	NET	7,41	1	RS	BLUE	7,08	3
CE	NET	7,21	2	PA	CLARO	7,38	1	RS	OI	6,74	3
CE	SKY	7,2	2	PA	OI	7,22	1	SC	SKY	7,41	1
CE	OI	6,98	2	PA	SKY	7,21	1	SC	CLARO	7,27	1
DF	NET	7,07	1	PB	CLARO	7,31	1	SC	NET	7,19	1
DF	SKY	7,01	1	PB	GVT	7,17	1	SC	GVT	6,99	2
DF	CLARO	6,81	2	PB	SKY	7,12	1	SC	OI	6,79	2
DF	GVT	6,81	2	PB	NET	7,11	1	SC	BLUE	6,6	3
DF	OI	6,66	2	PE	NET	7,44	1	SE	GVT	7,43	1
ES	CLARO	7,48	1	PE	OI	7,4	2	SE	NET	7,27	1
ES	OI	7,32	2	PE	CLARO	7,39	2	SE	CLARO	7,24	1
ES	SKY	7,17	2	PE	SKY	7,37	2	SE	SKY	7,23	1
ES	GVT	7,12	2	PE	GVT	7,13	2	SP	NOSSA TV	8,65	1
ES	NET	7	2	PI	CLARO	7,52	1	SP	SKY	7,14	2
GO	NET	6,97	1	PI	NET	7,35	2	SP	VIVO	7,13	2
GO	SKY	6,91	2	PI	SKY	7,13	2	SP	CLARO	7,11	2
GO	GVT	6,77	2	PR	SKY	7,44	1	SP	GVT	6,92	2
GO	OI	6,65	2	PR	CLARO	7,32	1	SP	NET	6,91	2
GO	CLARO	6,65	2	PR	NET	7,19	2	SP	ALGAR	6,75	3
MA	OI	7,79	1	PR	GVT	6,95	2	TO	CLARO	7,03	1
MA	CLARO	7,41	2	PR	OI	6,59	3	TO	SKY	6,71	1
MA	NET	7,34	2	RJ	NOSSA TV	8,5	1				
MA	SKY	7,24	2	RJ	NET	7,54	2				

Apêndice 2 – Satisfação Geral

Estado	Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
Total	7,14	6,91	6,82	7,23	7,06	7,08	8,59	6,90	7,21	7,13
AC	7,37			7,39					7,35	
AL	7,10			7,15	7,20	6,95			7,26	
AM	7,07			7,50		6,96			6,87	
AP	7,24			7,54					6,98	
BA	6,92			6,98	6,89	7,19		6,48	6,93	
CE	7,26			7,50	7,33	7,21		6,98	7,20	
DF	6,98			6,81	6,81	7,07		6,66	7,01	
ES	7,17			7,48	7,12	7,00		7,32	7,17	
GO	6,84			6,65	6,77	6,97		6,65	6,91	
MA	7,37			7,41		7,34		7,79	7,24	
MG	7,12	6,95	6,82	6,93	6,95	7,04	8,40	7,07	7,31	
MS	7,16			7,39	7,08	7,30		7,10	6,94	
MT	7,17			7,30		6,83		7,26	7,04	
PA	7,30			7,38		7,41		7,22	7,21	
PB	7,15			7,31	7,17	7,11			7,12	
PE	7,35			7,39	7,13	7,44		7,40	7,37	
PI	7,30			7,52		7,35			7,13	
PR	7,14			7,32	6,95	7,19		6,59	7,44	
RJ	7,42		6,78	7,49	7,47	7,54	8,50	6,93	7,40	
RN	7,27			7,22		7,07			7,37	
RO	7,01		6,80	6,98					7,12	
RR	6,89								6,89	
RS	7,31		7,08	7,55	7,42	7,33	8,67	6,74	7,28	
SC	7,15		6,60	7,27	6,99	7,19		6,79	7,41	
SE	7,27			7,24	7,43	7,27			7,23	
SP	7,03	6,75		7,11	6,92	6,91	8,65		7,14	7,13
TO	6,84			7,03					6,71	

Apêndice 3 – Oferta e Contratação

Estado	Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
Total	7,24	7,27	7,24	7,37	7,31	7,10	8,95	6,80	7,40	7,14
AC	7,59			7,67					7,50	
AL	7,23			7,39	7,47	7,00			7,37	
AM	7,12			7,51		6,92			7,03	
AP	7,48			7,72					7,28	
BA	7,09			7,15	7,23	7,15		6,19	7,18	
CE	7,34			7,64	7,41	7,20		6,87	7,31	
DF	7,04			6,98	6,91	7,14		6,56	7,02	
ES	7,32			7,71	7,32	7,03		7,33	7,46	
GO	6,94			6,83	7,05	6,92		6,42	7,14	
MA	7,41			7,55		7,36		7,61	7,31	
MG	7,29	7,28	7,38	7,09	7,27	7,18	8,95	7,18	7,48	
MS	7,25			7,45	7,25	7,23		7,00	7,20	
MT	7,24			7,36		6,73		7,24	7,16	
PA	7,40			7,50		7,29		7,00	7,41	
PB	7,29			7,52	7,37	7,16			7,31	
PE	7,44			7,37	7,39	7,44		7,19	7,51	
PI	7,37			7,56		7,44			7,22	
PR	7,30			7,50	7,24	7,35		6,45	7,67	
RJ	7,48		7,12	7,58	7,67	7,53	8,87	6,81	7,54	
RN	7,37			7,26		7,19			7,51	
RO	7,27		6,94	7,33					7,33	
RR	7,19								7,19	
RS	7,42		7,38	7,56	7,58	7,41	9,05	6,49	7,54	
SC	7,26		7,21	7,50	7,32	7,23		6,61	7,68	
SE	7,42			7,28	7,67	7,17			7,50	
SP	7,13	7,21		7,31	7,26	6,91	8,96		7,35	7,14
TO	6,98			7,23					6,81	

Apêndice 4 – Funcionamento

Estado	Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
Total	8,05	7,70	7,32	7,75	7,75	8,19	8,44	7,95	8,17	7,75
AC	7,89			8,02					7,76	
AL	8,21			8,05	8,19	8,08			8,53	
AM	7,99			7,84		8,06			8,03	
AP	7,93			7,92					7,93	
BA	8,00			7,71	7,70	8,53		7,71	8,16	
CE	8,20			8,17	8,18	8,32		8,27	8,19	
DF	7,94			7,33	7,30	8,33		7,63	7,75	
ES	8,27			8,59	7,87	8,07		8,50	8,43	
GO	7,81			7,30	7,60	8,07		7,67	7,95	
MA	8,18			8,07		8,20		8,49	8,14	
MG	8,07	7,78	7,33	7,66	7,66	8,26	8,32	8,13	8,23	
MS	8,11			8,09	7,96	8,39		8,16	7,89	
MT	7,74			7,78		7,59		8,10	7,62	
PA	7,80			7,57		8,40		7,98	7,70	
PB	8,25			8,31	8,27	8,11			8,36	
PE	8,28			7,81	7,81	8,45		8,38	8,55	
PI	8,10			8,20		7,98			8,08	
PR	8,17			7,97	7,46	8,59		7,73	8,37	
RJ	8,30		7,23	7,97	8,15	8,54	8,50	7,98	8,39	
RN	8,22			7,92		8,04			8,50	
RO	7,56		7,27	7,50					7,72	
RR	8,04								8,04	
RS	8,28		7,76	8,13	8,10	8,51	8,53	7,67	8,29	
SC	8,14		6,94	8,00	7,86	8,29		7,84	8,52	
SE	8,38			8,13	8,37	8,36			8,46	
SP	7,90	7,32		7,53	7,56	8,01	8,41		8,03	7,75
TO	7,64			7,64					7,63	

Apêndice 5 – Cobrança

Estado	Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
Total	7,51	7,62	7,93	7,84	7,52	7,44	9,31	7,08	7,41	7,67
AC	7,58			7,93					7,23	
AL	7,37			7,54	7,40	7,38			7,23	
AM	7,17			7,73		7,15			6,78	
AP	7,50			7,92					7,13	
BA	7,21			7,63	7,23	7,38		6,51	7,09	
CE	7,52			8,12	7,75	7,65		7,13	7,30	
DF	7,39			7,54	7,29	7,52		6,77	7,30	
ES	7,50			8,07	7,48	7,50		7,28	7,36	
GO	7,24			7,47	7,34	7,34		6,66	7,26	
MA	7,66			8,01		7,71		7,79	7,43	
MG	7,61	7,67	8,02	7,83	7,76	7,61	9,40	7,32	7,53	
MS	7,43			7,88	7,45	7,68		6,93	7,04	
MT	7,59			7,80		7,12		7,30	7,44	
PA	7,55			7,81		7,66		7,32	7,33	
PB	7,60			8,06	7,77	7,62			7,32	
PE	7,52			7,84	7,48	7,76		7,31	7,36	
PI	7,58			7,86		7,76			7,32	
PR	7,65			8,08	7,45	7,78		6,86	7,85	
RJ	7,64		7,77	7,96	7,72	7,80	9,13	7,11	7,42	
RN	7,53			7,68		7,47			7,44	
RO	7,56		7,66	7,72					7,37	
RR	6,97								6,97	
RS	7,66		8,13	8,00	7,59	7,75	9,39	6,91	7,52	
SC	7,61		7,97	8,10	7,74	7,49		7,12	7,80	
SE	7,45			7,82	7,83	7,28			7,29	
SP	7,44	7,39		7,77	7,47	7,25	9,34		7,44	7,67
TO	7,35			7,83					7,03	

Apêndice 6 – Canais de Atendimento

Estado	Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
Total	7,00	7,77	7,29	7,22	7,61	6,93	8,98	6,45	6,94	6,86
AC	7,36			7,61					7,12	
AL	7,26			7,28	7,74	7,10			7,30	
AM	7,04			7,44		6,85			6,95	
AP	7,18			7,48					6,93	
BA	6,92			7,06	7,65	6,86		6,02	6,91	
CE	7,20			7,43	7,89	7,39		6,19	7,08	
DF	7,03			7,08	7,34	7,05		6,58	6,95	
ES	7,04			7,65	7,75	6,65		6,92	6,80	
GO	6,91			6,86	7,42	6,80		6,56	6,96	
MA	7,25			7,43		7,35		7,16	7,15	
MG	7,06	7,80	7,46	6,84	7,73	7,04	8,98	6,62	7,09	
MS	7,16			7,18	7,64	6,98		6,81	7,28	
MT	7,21			7,33		6,89		7,07	7,16	
PA	7,27			7,48		7,35		6,65	7,17	
PB	7,32			7,70	7,92	7,04			7,23	
PE	7,33			7,19	7,79	7,48		6,89	7,30	
PI	7,10			7,25		7,05			7,03	
PR	7,17			7,40	7,42	7,29		6,40	7,18	
RJ	7,08		7,34	7,30	7,83	7,39	8,90	6,30	6,79	
RN	7,14			7,19		7,04			7,15	
RO	7,14		7,11	7,33					6,98	
RR	6,61								6,61	
RS	7,23		7,25	7,28	7,91	7,35	8,92	6,45	7,07	
SC	7,05		7,05	7,54	7,59	7,05		6,20	7,32	
SE	7,30			7,26	7,82	6,95			7,28	
SP	6,81	7,63		7,14	7,42	6,67	9,02		6,72	6,86
TO	6,91			7,44					6,57	

Apêndice 7 – Atendimento Telefônico

Estado	Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
Total	6,49	7,16	6,75	6,73	7,09	6,47	8,66	5,87	6,40	6,27
AC	6,90			7,12					6,71	
AL	6,70			6,90	7,37	6,53			6,55	
AM	6,49			6,80		6,36			6,41	
AP	6,63			6,88					6,44	
BA	6,39			6,68	7,20	6,47		5,54	6,27	
CE	6,66			6,95	7,41	6,89		5,71	6,50	
DF	6,51			6,41	6,72	6,56		6,00	6,45	
ES	6,62			7,31	7,40	6,35		6,26	6,28	
GO	6,33			6,36	6,79	6,32		5,75	6,39	
MA	6,77			6,81		6,89		6,89	6,65	
MG	6,59	7,18	7,02	6,51	7,13	6,62	8,63	6,04	6,62	
MS	6,63			6,86	7,19	6,62		6,38	6,42	
MT	6,76			6,97		6,26		6,47	6,66	
PA	6,74			7,03		6,71		6,18	6,60	
PB	6,80			7,29	7,32	6,59			6,60	
PE	6,75			6,85	7,32	7,04		6,37	6,53	
PI	6,67			7,11		6,61			6,40	
PR	6,61			6,87	6,85	6,75		5,72	6,67	
RJ	6,61		6,80	6,88	7,41	6,94	8,59	5,76	6,32	
RN	6,67			6,69		6,68			6,66	
RO	6,64		6,50	6,85					6,51	
RR	6,01								6,01	
RS	6,73		6,72	6,75	7,27	7,03	8,62	5,66	6,48	
SC	6,54		6,34	6,85	7,05	6,53		5,79	6,86	
SE	6,88			6,99	7,38	6,57			6,80	
SP	6,30	7,10		6,57	6,99	6,19	8,72		6,22	6,27
TO	6,34			6,91					5,96	

Apêndice 8 – Capacidade de Resolução

Estado	Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
Total	6,51	6,87	6,66	6,60	6,86	6,64	8,28	6,10	6,24	6,89
AC	6,74			7,00					6,49	
AL	6,48			6,43	7,18	6,45			6,27	
AM	6,48			6,95		6,39			6,24	
AP	6,53			6,82					6,28	
BA	6,22			6,66	6,78	6,58		5,53	5,98	
CE	6,51			6,95	7,15	6,68		6,16	6,23	
DF	6,59			6,48	6,56	6,89		5,90	6,24	
ES	6,48			6,96	6,94	6,44		6,44	6,00	
GO	6,27			6,07	6,56	6,47		5,89	6,26	
MA	6,67			6,81		6,75		7,01	6,46	
MG	6,53	6,86	6,89	6,54	6,90	6,64	8,19	6,36	6,37	
MS	6,69			6,93	6,87	6,88		6,62	6,35	
MT	6,47			6,57		6,15		6,45	6,40	
PA	6,57			7,04		6,43		6,06	6,33	
PB	6,77			7,16	7,14	6,74			6,48	
PE	6,59			6,86	6,98	7,02		6,52	6,31	
PI	6,43			7,04		6,47			6,00	
PR	6,59			6,85	6,82	6,73		5,99	6,47	
RJ	6,52		6,60	6,44	7,19	6,90	8,07	5,97	6,28	
RN	6,59			6,83		6,20			6,57	
RO	6,56		6,50	6,73					6,42	
RR	6,01								6,01	
RS	6,66		6,69	6,95	7,05	6,95	8,27	5,98	6,23	
SC	6,55		6,44	6,80	6,94	6,63		6,02	6,61	
SE	6,62			6,94	7,29	6,54			6,35	
SP	6,48	6,91		6,40	6,65	6,54	8,41		6,15	6,89
TO	6,15			6,77					5,74	

Apêndice 9 – Reparo e Instalação

Estado	Total Brasil	Algar	Blue	Claro	GVT	NET	Nossa TV	Oi	Sky	Vivo
Total	7,43	7,56	6,95	7,60	7,64	7,68	8,58	7,08	6,95	8,15
AC	7,41			8,24					6,44	
AL	7,44			7,86	7,82	7,66			6,67	
AM	6,90			7,73		6,92			6,30	
AP	6,95			7,50					6,45	
BA	6,90			7,59	7,47	7,43		6,64	6,42	
CE	7,01			7,73	7,91	7,34		6,90	6,47	
DF	7,19			7,52	6,92	7,55		7,47	6,42	
ES	7,22			8,16	7,67	7,28		7,55	6,16	
GO	7,26			7,56	7,41	7,24		7,61	6,98	
MA	6,74			6,85		7,51		7,79	6,01	
MG	7,58	7,52	7,21	7,78	7,60	7,99	8,44	7,26	7,36	
MS	7,65			8,05	7,72	7,67		7,87	7,33	
MT	7,22			7,68		7,05		7,79	6,57	
PA	6,79			7,22		7,01		6,42	6,33	
PB	7,63			8,49	8,14	7,56			7,07	
PE	7,40			8,00	7,49	7,30		7,89	7,02	
PI	7,13			8,20		7,14			6,31	
PR	7,60			8,02	7,63	7,90		6,96	7,21	
RJ	7,33		7,10	7,49	7,82	7,81	8,58	6,83	6,83	
RN	7,49			7,66		7,43			7,39	
RO	7,25		6,26	7,93					6,99	
RR	6,11								6,11	
RS	7,71		6,73	7,93	7,72	7,96	8,82	6,83	7,49	
SC	7,50		6,85	7,91	7,88	7,69		6,95	7,22	
SE	7,32			7,64	8,03	7,33			7,00	
SP	7,56	7,77		7,41	7,74	7,66	8,53		7,10	8,15
TO	6,90			7,71					6,41	

Apêndice 10 – Idade e Sexo – Total

Estado	Masculino	Feminino	18 a 24	25 a 30	31 a 35	36 a 40	41 a 50	51 a 70	Mais de 70	Média
AC	59%	41%	11%	19%	17%	16%	20%	16%	1%	38,2
AL	53%	47%	9%	13%	13%	16%	21%	24%	3%	42,3
AM	57%	43%	9%	17%	17%	16%	23%	17%	2%	39,9
AP	63%	37%	7%	18%	18%	17%	24%	16%	1%	39,2
BA	45%	55%	7%	11%	13%	14%	23%	28%	4%	44,1
CE	51%	49%	11%	16%	14%	15%	21%	22%	2%	40,7
DF	49%	51%	10%	13%	13%	14%	21%	26%	4%	42,6
ES	47%	53%	8%	12%	14%	14%	22%	26%	4%	43,6
GO	48%	52%	11%	15%	16%	12%	21%	23%	3%	41,3
MA	58%	42%	10%	18%	16%	16%	20%	19%	3%	40,2
MG	44%	56%	9%	11%	12%	13%	21%	29%	4%	44,3
MS	48%	52%	8%	15%	14%	14%	22%	23%	3%	42,1
MT	51%	49%	7%	14%	16%	15%	24%	22%	2%	41,3
PA	58%	42%	9%	18%	18%	15%	19%	20%	2%	40,1
PB	53%	47%	9%	16%	15%	13%	20%	23%	4%	42
PE	49%	51%	8%	12%	16%	14%	22%	26%	4%	43,3
PI	55%	45%	11%	18%	17%	17%	18%	18%	2%	39,4
PR	42%	58%	8%	10%	12%	14%	21%	32%	4%	44,7
RJ	38%	62%	6%	9%	10%	11%	20%	37%	7%	47,9
RN	55%	45%	6%	17%	18%	16%	21%	19%	2%	40,4
RO	57%	43%	9%	16%	17%	13%	25%	19%	1%	39,9
RR	51%	49%	10%	19%	19%	18%	18%	15%	1%	37,9
RS	41%	59%	6%	9%	10%	10%	22%	37%	6%	47,4
SC	46%	54%	7%	10%	14%	13%	22%	29%	4%	44,4
SE	54%	46%	10%	14%	16%	13%	21%	24%	3%	41,7
SP	35%	65%	8%	9%	11%	12%	23%	33%	5%	45,7
TO	58%	42%	9%	17%	16%	17%	21%	19%	1%	39,7

Apêndice 11 – Renda Individual – Total

Estado	Até R\$ 788	Mais de R\$ 788 até R\$ 1.576	Mais de R\$ 1.576 até R\$ 3.152	Mais de R\$ 3.152 até R\$ 4.728	Mais de R\$ 4.728 até R\$ 7.880	Mais de	Recusa	Média
AC	7%	19%	29%	8%	14%	11%	11%	R\$ 4.078,62
AL	4%	18%	27%	8%	14%	16%	13%	R\$ 4.662,21
AM	4%	20%	28%	10%	14%	12%	11%	R\$ 4.321,27
AP	4%	15%	26%	11%	18%	16%	10%	R\$ 5.034,60
BA	5%	20%	23%	9%	12%	16%	15%	R\$ 4.713,80
CE	4%	19%	28%	10%	14%	14%	12%	R\$ 4.539,04
DF	2%	9%	21%	9%	15%	29%	14%	R\$ 7.246,09
ES	2%	15%	27%	10%	15%	17%	13%	R\$ 4.989,49
GO	3%	15%	30%	9%	15%	14%	14%	R\$ 4.935,07
MA	5%	17%	28%	9%	12%	16%	13%	R\$ 4.876,03
MG	4%	17%	30%	10%	13%	11%	16%	R\$ 4.162,61
MS	3%	14%	30%	11%	15%	15%	13%	R\$ 4.735,17
MT	3%	14%	30%	12%	15%	14%	13%	R\$ 4.847,34
PA	3%	17%	30%	10%	15%	13%	13%	R\$ 4.442,14
PB	3%	15%	27%	11%	14%	17%	13%	R\$ 5.189,64
PE	5%	17%	26%	8%	13%	16%	14%	R\$ 5.126,47
PI	3%	16%	21%	10%	14%	20%	15%	R\$ 5.661,80
PR	2%	12%	28%	12%	17%	15%	14%	R\$ 4.953,37
RJ	4%	15%	27%	9%	12%	13%	20%	R\$ 4.559,03
RN	6%	21%	29%	10%	10%	14%	11%	R\$ 4.444,01
RO	2%	14%	30%	12%	14%	15%	13%	R\$ 4.960,97
RR	2%	12%	27%	9%	16%	20%	13%	R\$ 5.577,98
RS	2%	12%	28%	12%	14%	16%	14%	R\$ 5.014,45
SC	2%	10%	30%	12%	18%	12%	16%	R\$ 4.566,36
SE	4%	16%	23%	8%	15%	19%	16%	R\$ 5.373,03
SP	3%	16%	28%	10%	12%	11%	19%	R\$ 4.279,40
TO	4%	12%	26%	9%	13%	21%	14%	R\$ 5.593,07

