

Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida

Telefonia Fixa

(STFC - Serviço Telefônico Fixo Comutado)

Resultados 2019

Índice

1. Escopo	3
2. Resumo executivo	4
3. Metodologia.....	5
3.1. Desenho da amostra.....	5
3.1.1. Tipo de amostragem	7
3.1.2. Tipo de alocação dentro dos estratos	7
3.2. Método de coleta	8
3.2.1. Período de coleta	8
3.2.2. Controle de qualidade dos dados.....	8
3.3. Calibração dos dados	9
3.4. Erros amostrais a posteriori	12
3.5. Comparabilidade dos dados	14
4. Resultados	16
4.1. Perfil sócio-demográfico dos entrevistados	17
4.2. Satisfação e percepção de qualidade das prestadoras	20
4.2.1. Satisfação geral.....	20
4.2.2. Oferta e contratação.....	20
4.2.3. Funcionamento.....	22
4.2.4. Cobrança.....	23
4.2.5. Canais de atendimento	25
4.2.6. Capacidade de resolução.....	30
4.2.7. Reparo e instalação	34
4.3. Ranking.....	39
5. Apêndice	41

1. ESCOPO

Com o propósito de medir e aperfeiçoar os serviços de telecomunicações e de forma a retratar a visão dos usuários acerca da prestação de serviços de telecomunicações, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), por meio da Resolução nº 654/2015 instituiu os critérios da Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida junto aos usuários de serviços de telecomunicações.

Este relatório mostra as premissas, execução e resultados da pesquisa realizada em 2019, com usuários do Serviço Telefônico Comutado Fixo (STFC) de prestadoras com pelo menos 10.000 acessos ativos de Pessoa Física (PF) na Unidade de Federação (UF).

2. RESUMO EXECUTIVO

Estudo quantitativo, com entrevistas telefônicas por meio da técnica de coleta *Computer-Assisted Telephone Interviewing* (CATI) coletadas entre julho a novembro de 2019.

São realizadas 13.803 entrevistas com usuários das operadoras: Algar, Claro, Oi, Sercomtel, Tim e Vivo nas UFs onde estas possuem mais de 10.000 acessos ativos de PF.

A escala varia de 0 a 10, onde 0 significa Totalmente Insatisfeito/Péssimo e 10 significa Totalmente Satisfeito/Excelente e é utilizada para avaliar as operadoras com relação à satisfação geral, atributos de oferta e contratação, funcionamento, cobrança, canais de atendimento, capacidade de resolução, reparo e instalação.

A amostra é composta principalmente por mulheres, a média de idade é de 51 anos, cursaram até o ensino médio e com renda familiar de R\$ 5.216,96.

De forma geral, os indicadores são um pouco mais positivos em relação ao ano anterior. A satisfação geral avança, passando de 7,11 para 7,23. Já em relação aos indicadores avaliados, as médias em 2019 são:

- Oferta e contratação: 6,90
- Funcionamento: 7,97
- Cobrança: 7,35
- Canais de atendimento: 7,16
- Atendimento telefônico: 6,38
- Capacidade de resolução: 6,19
- Reparo e instalação: 7,41

A satisfação geral nacional das operadoras avaliadas é:

- Algar: 7,86
- Claro: 7,40
- Oi: 6,93
- Sercomtel: 7,94
- Tim: 7,41
- Vivo: 7,38

3. METODOLOGIA

Estudo quantitativo telefônico, com uso da técnica de coleta *Computer-Assisted Telephone Interviewing* (CATI), de abrangência nacional, com questionário estruturado elaborado pela Anatel, operadoras e IBOPE Inteligência.

3.1. DESENHO DA AMOSTRA

A Anatel desenha a amostra e realiza a seleção dos contatos, considerando a base de dados dos clientes Pessoa Física disponibilizada pelas próprias operadoras, desconsiderando os usuários que solicitaram sigilo das suas informações.

O desenho da amostra considera nível de confiança de 95% e o método de seleção é probabilístico, de forma aleatória simples, considerando a operadora, UF e serviço a ser avaliado. As operadoras avaliadas foram: Algar, Claro, Oi, Sercomtel, Tim e Vivo nas Unidades de Federação onde possuem pelo menos 10.000 acessos ativos de Pessoa Física.

A seguir o plano amostral desenhado e realizado em 2019:

Tabela 1 – Plano Amostral STFC 2019

UF	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo	Total
AC	-	136	188	-	-	-	324
AL	-	141	209	-	-	138	488
AM	-	110	209	-	-	-	319
AP	-	-	170	-	-	-	170
BA	-	164	281	-	138	144	727
CE	-	154	272	-	-	148	574
DF	-	162	237	-	-	182	581
ES	-	148	250	-	-	173	571
GO	148	161	228	-	172	168	877
MA	-	126	237	-	-	-	363
MG	133	142	256	-	163	143	837
MS	-	184	188	-	-	175	547
MT	-	158	212	-	-	176	546
PA	-	115	240	-	-	-	355
PB	-	176	209	-	-	98	483
PE	-	156	254	-	108	149	667
PI	-	134	249	-	-	-	383
PR	-	121	217	154	194	188	874
RJ	-	207	238	-	150	153	748
RN	-	186	261	-	-	-	447
RO	-	-	220	-	-	-	220
RR	-	-	220	-	-	-	220
RS	-	138	188	-	-	226	552
SC	-	125	201	-	-	155	481
SE	-	167	241	-	-	184	592
SP	133	161	-	-	177	196	667
TO	-	-	190	-	-	-	190
Total	414	3.468	5.857	154	1.099	2.792	13.784

3.1.1. TIPO DE AMOSTRAGEM

Dentre as diversas técnicas pertencentes aos métodos probabilísticos, a Pesquisa de Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida adota a Amostragem Aleatória Simples (AAS) e a Amostragem Estratificada (AE).

A Amostragem Aleatória Simples (AAS) é a técnica mais simples para selecionar 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 homogêneas mutuamente exclusivas), usualmente de acordo com uma variável de estratificação.

Nesta pesquisa, a variável de estratificação utilizada é a combinação de Unidade da Federação e prestadora, de modo que são comparáveis entre si. Para garantir a representatividade por Unidade da Federação e prestadora, em cada estrato dos serviços pesquisados é aplicada uma AAS para selecionar as unidades amostrais. A alocação do tamanho amostral em cada estrato se dá de modo a se buscar a precisão das estimativas tanto nos estratos quanto para toda a população, conforme definido no Regulamento da Pesquisa.

3.1.2. TIPO DE ALOCAÇÃO DENTRO DOS ESTRATOS

Como os tamanhos do universo de cada estrato são muito distintos, a alocação das amostras se dá de forma desproporcional e é definida pela ANATEL. Para calculá-lo, usa-se erro amostral pré-definido de 5%, com confiabilidade de 95%.

3.2. MÉTODO DE COLETA

Entrevistas foram realizadas por meio de CATI (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*), com entrevistadores, supervisores e coordenadores de campo especialistas na técnica.

A listagem utilizada é disponibilizada pela ANATEL, na proporção de 40 registros para realização de uma entrevista. Tal listagem é consistida e tratada para a realização da seleção aleatória dos contatos.

3.2.1. PERÍODO DE COLETA

O período do campo completo é de aproximadamente 4 meses, durante o período de 08 de julho a 16 de novembro de 2019, de segunda a sábado, exceto feriados.

Para assegurar adaptação e possíveis adequações, o campo é iniciado com uma equipe reduzida, realizado entre os dias 08 de julho e 13 de julho e com equipe completa a partir de 15 de julho.

3.2.2. CONTROLE DE QUALIDADE DOS DADOS

Equipe responsável pelo projeto é treinada de forma a entender o fluxo e objetivos do projeto, questionário e ferramenta utilizada, que permite:

- Controle da amostra;
- Discagem automática com agendamento, respeitando intervalo pré-determinado;
- Consistência de respostas.

A verificação das entrevistas ocorre de duas maneiras: um controle qualitativo e outro quantitativo.

- **Controle Qualitativo:**

Este processo é simultâneo a coleta e feito através das gravações das entrevistas, com verificação de pelo menos 20% das entrevistas.

Nesta verificação, foram analisados os seguintes pontos:

- Abordagem / encerramento;
 - Filtros / perfil / cota;
 - Perguntas-chave (satisfação geral);
 - Veracidade / fraude;
 - Indução / interferência.
-
- **Controle Quantitativo:**

Feito também de forma simultânea a coleta de dados, através de programação sistêmica, para minimizar possíveis inconsistências na coleta. Tal verificação engloba:

- Programação das cotas, para que não haja estouros de cota;
- Consistência do banco de dados;
- Parametrização do discador, para que:
 - Amostragem seja realizada de forma Aleatória Simples, considerando UF, operadora e tipo de serviço;
 - Cada contato selecionado tenha ao menos 5 tentativas de contato, em diferentes períodos (manhã, tarde ou noite) e dias antes de ser descartado;
 - Controle da produção por entrevistadores e por cotas (Operadoras, Serviços e UFs).

3.3. CALIBRAÇÃO DOS DADOS

Toda amostra planejada desproporcionalmente necessita da aplicação de calibradores para que, quando for interpretada, represente a população-alvo. A este método chamamos de ranking.

Os calibradores utilizados neste estudo seguem uma estrutura simplificada, onde é possível sua demonstração através da seguinte fórmula:

$$\text{Calibrador} = \frac{\% \text{ Universo ANATEL}}{\% \text{ Amostra ANATEL}}$$

Na tabela abaixo temos os calibradores utilizados e estão sinalizados conforme dois critérios:

- Marcados em vermelho: calibradores superestimados (acima de 2,0);
- Marcados em verde: calibradores subestimados (abaixo de 0,05).

Tabela 2 – Calibradores STFC 2019

UF	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
AC	-	0,09	0,14	-	-	-
AL	-	0,20	0,16	-	-	0,09
AM	-	0,52	0,18	-	-	-
AP	-	-	0,07	-	-	-
BA	-	0,70	1,06	-	0,09	0,57
CE	-	0,22	0,36	-	-	0,51
DF	-	0,84	0,53	-	-	0,50
ES	-	0,49	0,41	-	-	0,35
GO	0,04	0,39	1,34	-	0,05	0,57
MA	-	0,26	0,28	-	-	-
MG	0,69	2,23	2,94	-	0,10	0,84
MS	-	0,19	0,52	-	-	0,21
MT	-	0,21	0,54	-	-	0,10
PA	-	0,53	0,38	-	-	-
PB	-	0,20	0,22	-	-	0,29
PE	-	0,45	0,52	-	0,06	0,53
PI	-	0,11	0,21	-	-	-
PR	-	1,58	1,96	0,35	0,04	1,43
RJ	-	3,02	4,74	-	0,66	0,66
RN	-	0,14	0,16	-	-	-
RO	-	-	0,26	-	-	-
RR	-	-	0,09	-	-	-
RS	-	1,90	2,23	-	-	0,65
SC	-	1,35	1,80	-	-	0,66
SE	-	0,10	0,14	-	-	0,07
SP	0,29	12,97	-	-	0,73	13,21
TO	-	-	0,22	-	-	-

3.4. ERROS AMOSTRAIS A POSTERIORI

O erro amostral mensura o quanto os valores obtidos a partir das informações da amostra podem diferir do valor real da população-alvo.

Em qualquer estudo com amostras, o erro amostral está presente a certo nível de confiabilidade.

Destaca-se que não existe erro único para todas as pesquisas, pois cada variável tem distribuição de probabilidade própria. Para cada indicador obtido na amostra há um erro diferente que só pode ser efetivamente calculado após a execução do estudo.

As medidas de erro amostral deste estudo são planejadas para as estimativas dos indicadores de satisfação geral, oferta e contratação, funcionamento, cobrança, utilizando-se um coeficiente de confiança de 95% (noventa e cinco por cento). Os tamanhos das amostras serão dimensionados para se obter estimativas com erros de valor absoluto equivalentes a 5% da média dos indicadores supracitados, obtidas com os dados da pesquisa do ano anterior, para cada serviço.

Para cada indicador será calculado um tamanho de amostra e o tamanho a ser considerado para o estrato será o maior dentre os tamanhos calculados para cada indicador, de tal forma que a precisão amostral esteja assegurada em todos os indicadores acima.

Após obtidos os resultados das pesquisas, o erro amostral de cada indicador é calculado por:

$$e = Z_{1-\frac{\alpha}{2}} \times \frac{dp}{\sqrt{n}}$$

Onde:

- e é o erro amostral;
- $Z_{1-\frac{\alpha}{2}}$ é o valor tabelado da distribuição normal padrão com confiança $1-\alpha$ (Exemplo: a 95% de confiança $Z_{1-5\%2}=1,96$);
- dp é o desvio padrão obtido do indicador;
- n é o tamanho amostra.

Esse cálculo tem por suposição que as observações sejam aleatórias e independentes (não-correlacionadas), com valor esperado igual à média do respectivo indicador.

Abaixo os erros a posteriori da Satisfação Geral de STFC:

Tabela 3 – Erros amostrais a posteriori

UF	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
AC	-	0,36	0,33	-	-	-
AL	-	0,40	0,34	-	-	0,37
AM	-	0,45	0,34	-	-	-
AP	-	-	0,42	-	-	-
BA	-	0,34	0,32	-	0,39	0,39
CE	-	0,33	0,35	-	-	0,40
DF	-	0,32	0,34	-	-	0,31
ES	-	0,34	0,33	-	-	0,33
GO	0,36	0,34	0,34	-	0,36	0,36
MA	-	0,38	0,34	-	-	-
MG	0,38	0,35	0,32	-	0,37	0,38
MS	-	0,30	0,35	-	-	0,36
MT	-	0,31	0,33	-	-	0,39
PA	-	0,42	0,33	-	-	-
PB	-	0,31	0,35	-	-	0,43
PE	-	0,35	0,34	-	0,40	0,30
PI	-	0,41	0,28	-	-	-
PR	-	0,33	0,34	0,35	0,29	0,33
RJ	-	0,33	0,37	-	0,42	0,33
RN	-	0,30	0,34	-	-	-
RO	-	-	0,37	-	-	-
RR	-	-	0,35	-	-	-
RS	-	0,35	0,31	-	-	0,29
SC	-	0,43	0,29	-	-	0,34
SE	-	0,35	0,36	-	-	0,31
SP	0,36	0,34	0,37	-	0,36	0,36
TO	-	-	190	-	-	-

3.5. COMPARABILIDADE DOS DADOS

A partir de 2018, o teste utilizado para definição do ranking da satisfação geral das operadoras por Unidade de Federação é o Tukey-Kramer.

Para a definição do *ranking* é utilizada a Análise de Variância (ANOVA), técnica estatística que permite a comparação de múltiplas médias. A família de hipóteses associada ao teste é:

$H_0: \mu_i = \mu_j$

$H_a: \mu_i \neq \mu_j$

Para cada combinação de prestadoras $i \neq j$ em cada Unidade da Federação.

Sob a hipótese nula, todas as médias populacionais são iguais. A hipótese alternativa estabelece que pelo menos uma média é estatisticamente diferente das demais. Para os casos em que a hipótese nula é rejeitada, deve-se utilizar o método de comparação múltipla conhecido como teste de Tukey. Tal teste consiste na comparação de todos os possíveis pares de médias e é baseado na distribuição da amplitude estudentizada (*studentized range distribution*). O procedimento de comparação múltipla permite controlar a taxa de erro estabelecida no teste de hipóteses da ANOVA.

De acordo com o disposto no Manual de Aplicação da Pesquisa, esse teste pode ser conduzido diretamente calculando a seguinte estatística do teste para cada comparação de médias duas a duas:

$$q^* = \frac{\sqrt{2} \hat{D}}{s(\hat{D})}$$

Onde:

- q^* é a estatística do teste;
- $S^2(\hat{D}) = EQM(1/n_i + 1/n_j)$, em que EQM é o erro quadrático médio de $\hat{D}$;
- $\hat{D} = \bar{Y}_i - \bar{Y}_j$.

Se $|q^*| \leq q(1-\alpha; r; n_T-r)$, em que a função $q(.)$ representa a distribuição da amplitude studentizada, r é o número de médias a serem comparadas e n_T é o total de observações no teste, não se rejeita H_0 e, portanto, com um nível de confiança de $(1 - \alpha)\%$, as médias não são estatisticamente diferentes. Caso contrário, a hipótese nula é rejeitada.

Em 2018, há ainda a inclusão de opção de resposta “Sem Renda” na pergunta sobre a renda familiar; uma pergunta sobre a escolaridade do respondente.

Em 2019, há a substituição da pergunta sobre competição por outra que considera a oferta conjunta de “Internet Fixa”, “Telefonia Móvel” e “TV por Assinatura” de forma estimulada.

4. RESULTADOS

Além da avaliação da satisfação e percepção de qualidade, também foi levantado o perfil sócio demográfico dos usuários.

A escala utilizada para avaliação dos atributos varia de 0 a 10, sendo 0 “totalmente insatisfeito” ou “péssimo” e 10 “totalmente satisfeito” ou “excelente”.

Os atributos avaliados são:

- Satisfação Geral: satisfação do usuário com o serviço prestado pela operadora;
- Oferta e Contratação: facilidade de entender os serviços contratados e cumprir o que promete na propaganda;
- Funcionamento: conseguir fazer e receber ligações e qualidade das ligações;
- Cobrança: clareza nas informações na conta e cobrança de acordo com contratado;
- Canais de atendimento: canais disponíveis para usuário contatar a operadora;
- Atendimento telefônico: tempo de espera, capacidade de entender e de esclarecer dúvidas;
- Capacidade de resolução: relacionada a cobrança, alterações comerciais, cancelamento de serviços ou problemas de funcionamento;
- Reparo e instalação: atributos relacionados a reparos ou instalação.

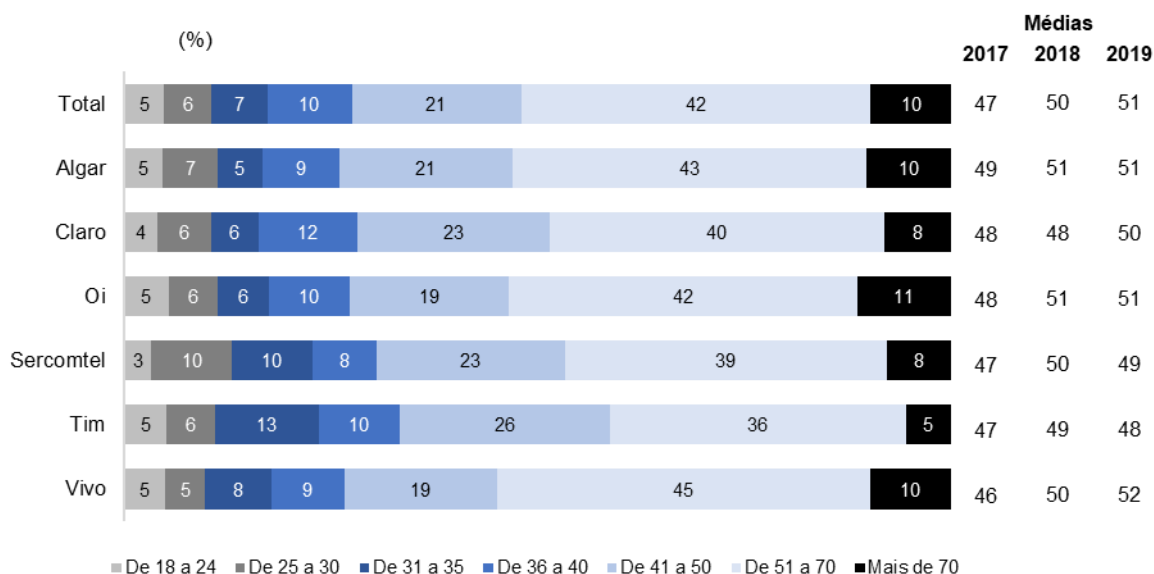
Os blocos de Canais de Atendimento, Atendimento Telefônico, Capacidade de Resolução e Reparo e Instalação possuem filtros, de forma que apenas os usuários que tiveram alguma interação com o tema responderam as questões específicas sobre ele.

Os indicadores do bloco foram calculados a partir de média ponderada dos atributos avaliados no bloco.

4.1. PERFIL SÓCIO-DEMOGRÁFICO DOS ENTREVISTADOS

Em 2019, a média de idade dos respondentes é de 51 anos:

Gráfico 1 – Idade (média e percentual)



Q7. Qual a sua idade? (ESPONTÂNEA – RU) | Q7a. Qual a sua faixa de idade? (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Em relação ao gênero, no total, a maior proporção de mulheres vista nos anos anteriores se mantém, conforme demonstrado na tabela abaixo:

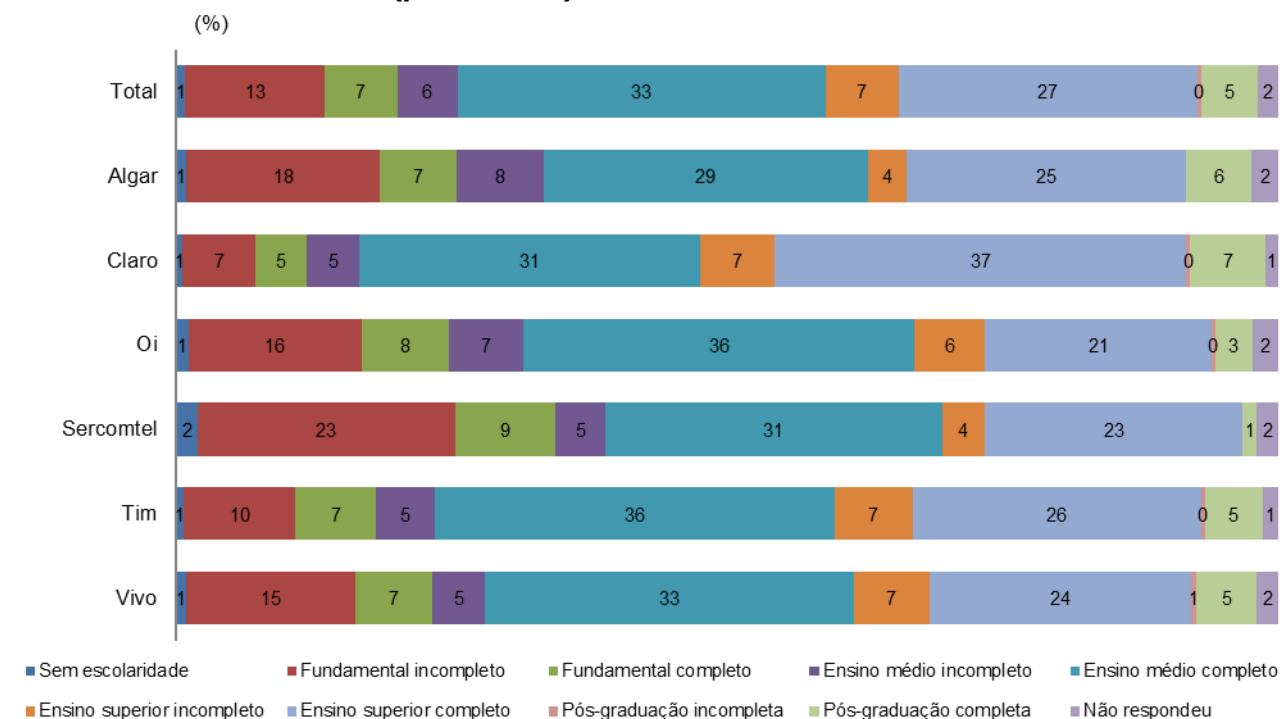
Tabela 4 – Gênero (percentual)

H (%)	TOTAL		Algar		Claro		Oi		Sercomtel		Tim		Vivo	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
2017	37	63	33	67	38	62	35	65	35	65	48	52	37	63
2018	36	64	35	65	41	59	34	66	42	58	45	55	33	67
2019	32	68	34	66	35	65	30	70	22	78	42	58	32	68

Q8. Anote o sexo (RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Quase metade da amostra cursou até o ensino médio e um terço tem ensino superior:

Gráfico 2 – Escolaridade (percentual)



H3. Qual sua escolaridade? (ESPONTÂNEA – RU). | Pergunta adicionada em 2018.
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

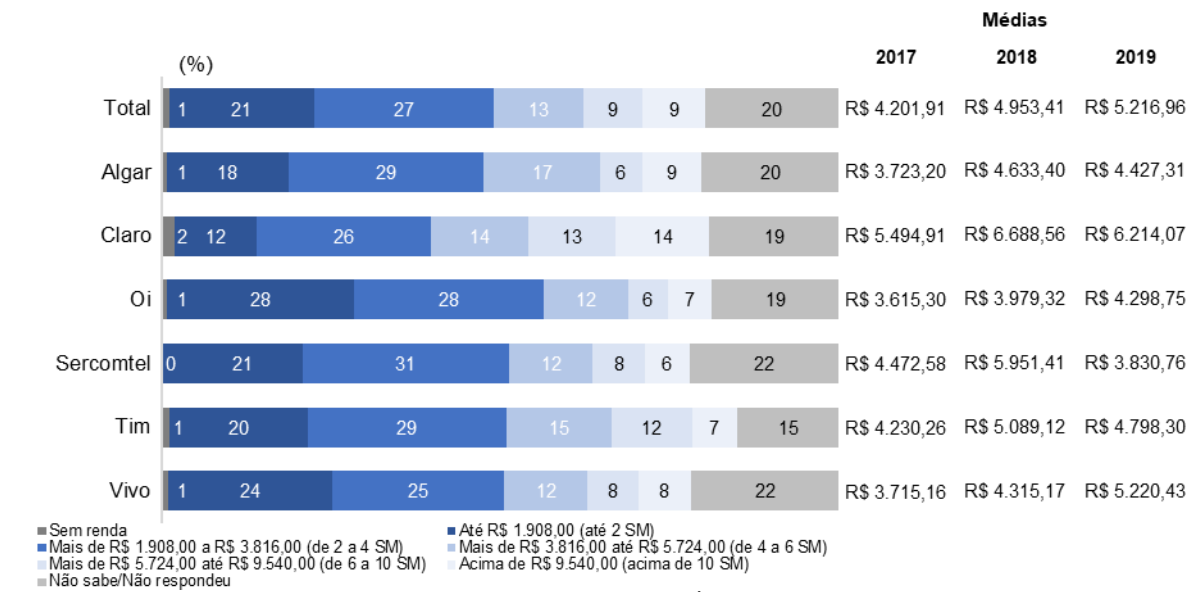
Em média, duas pessoas contribuem para a renda do domicílio e a renda média familiar é de R\$ 5.216,96:

Tabela 5 – Quantidade de pessoas que contribuem para renda (média):

(Média)	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
2017	1,87	1,94	1,83	1,91	1,89	1,78	1,87
2018	1,87	1,94	1,85	1,90	1,95	1,92	1,86
2019	1,89	1,99	1,87	1,90	2,08	1,85	1,91

H1. Quantas pessoas da sua residência contribuem para a renda total do domicílio? (ESPONTÂNEA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 21.801 | Algar: 954 | Claro: 6.862 | Oi: 7.066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1.461 | Vivo: 5.088
 Base de respondentes 2018: Total: 15.543 | Algar: 509 | Claro: 4.095 | Oi: 6.495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1.001 | Vivo: 3.306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 3 – Renda familiar (média e percentual)



H2. Gostaria que você me dissesse qual é, aproximadamente, a RENDA TOTAL por mês de sua família? (ESPONTÂNEA – RU) | H2a Por favor, poderia me dizer qual a sua faixa de renda familiar? (ESTIMULADA – RU)

Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088

Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306

Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Cerca de 3 em 4 respondentes são os responsáveis pelo pagamento do serviço de STFC:

Tabela 6 – Responsável pelo pagamento dos gastos do serviço (percentual)

(%)	TOTAL		Algar		Claro		Oi		Sercomtel		Tim		Vivo	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
2017	74	26	75	25	74	26	76	24	73	27	83	17	71	29
2018	76	24	78	22	77	23	76	24	74	26	80	20	76	24
2019	74	26	73	27	75	25	73	27	73	27	80	20	74	26

Q5. Você é responsável pelo pagamento dos gastos deste serviço de telefonia fixa da <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU)

Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088

Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306

Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

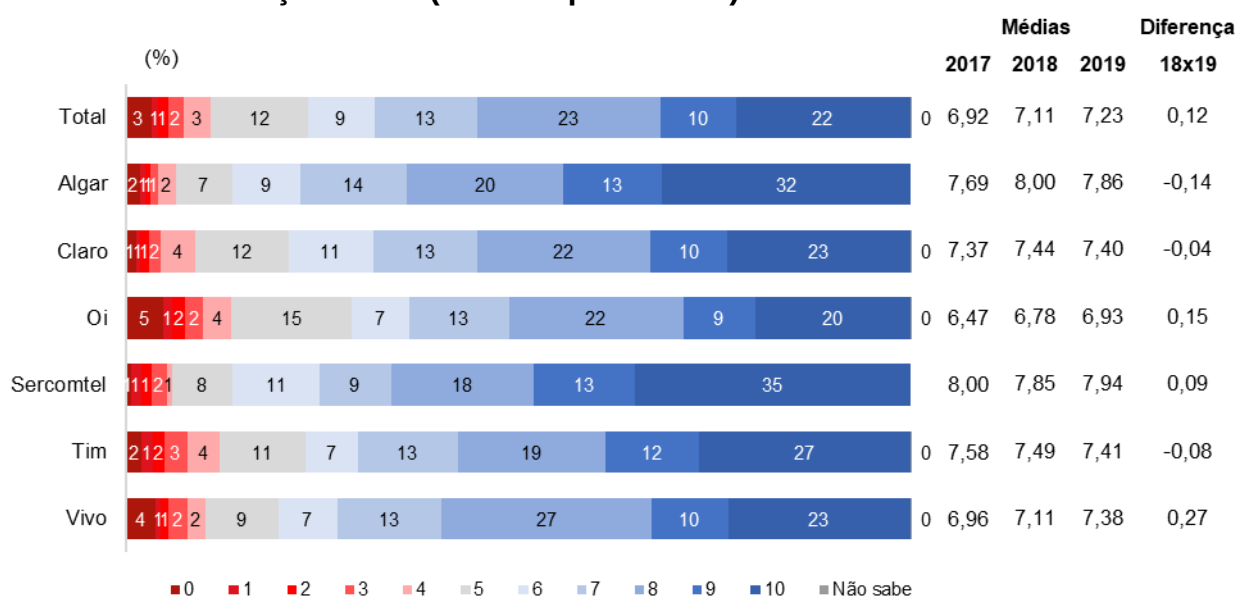
4.2. SATISFAÇÃO E PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DAS PRESTADORAS

A seguir teremos os resultados por operadora e total Brasil para os atributos avaliados.

4.2.1. SATISFAÇÃO GERAL

O primeiro indicador avaliado pelos usuários é a satisfação geral com a operadora, considerando a experiência com o uso da telefonia fixa, onde o indicador total Brasil é de 7,23, diferença de 0,12 em relação ao ano anterior:

Gráfico 4 – Satisfação Geral (média e percentual)



J1. Pensando em toda sua experiência com seu telefone fixo da <OPERADORA> e utilizando uma escala em que 0 significa totalmente insatisfeito e 10 significa totalmente satisfeito, qual é o seu nível de satisfação geral com a <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RUJ)
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

4.2.2. OFERTA E CONTRATAÇÃO

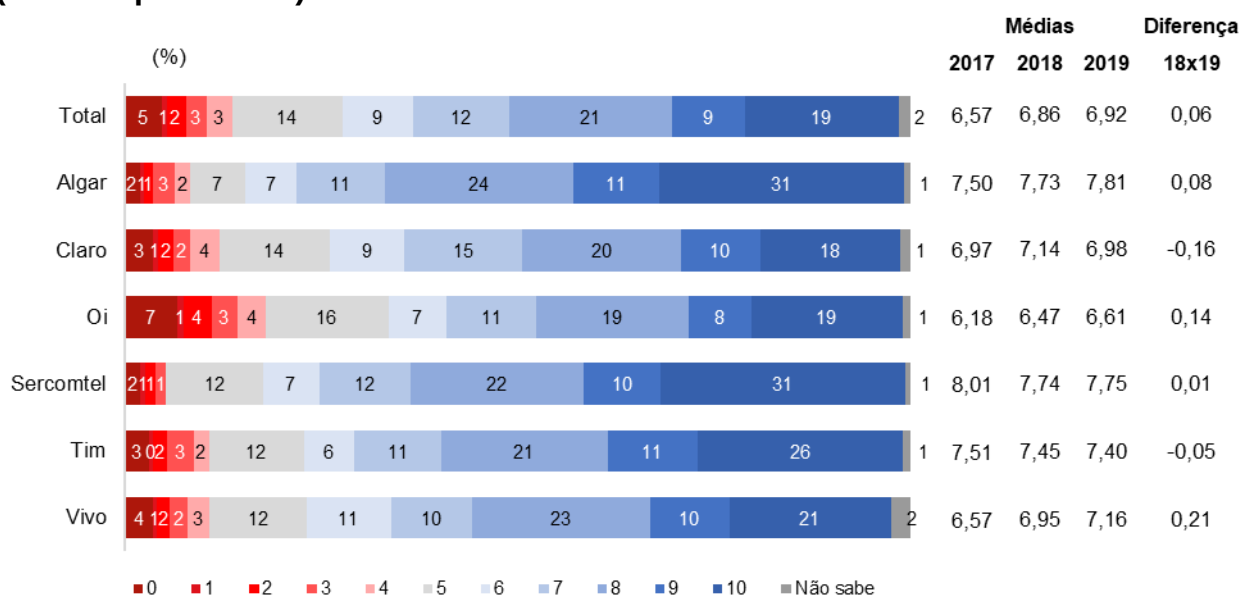
O próximo indicador se refere à oferta e contratação do serviço, com uma média de 6,90:

Tabela 7 – Indicador Oferta e Contratação (média)

(Média)	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
2017	6,53	7,54	7,00	6,07	8,00	7,51	6,55
2018	6,81	7,77	7,14	6,38	7,72	7,37	6,88
2019	6,90	7,77	7,04	6,52	7,64	7,26	7,17
Diferença 18x19	0,09	0	-0,1	0,14	-0,08	-0,11	0,29

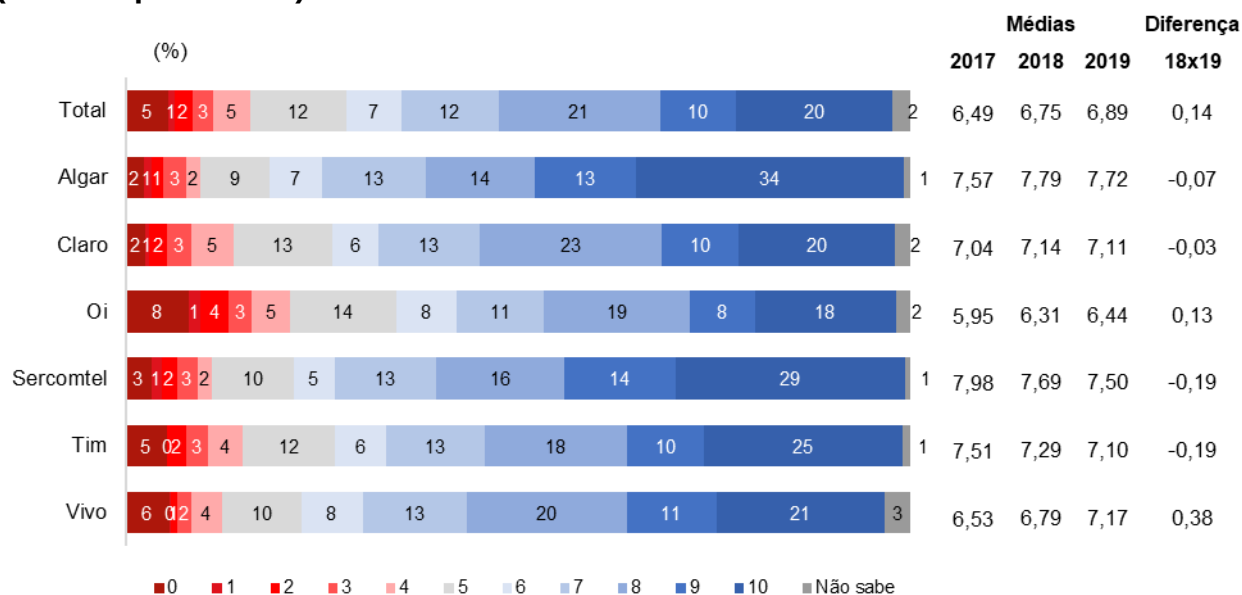
B1. Pensando na oferta e contratação da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 21.780 | Algar: 953 | Claro: 6.854 | Oi: 7.063 | Sercomtel: 370 | Tim: 14.589 | Vivo: 5.082
 Base de respondentes 2018: Total: 15.543 | Algar: 509 | Claro: 4.095 | Oi: 6.495 | Sercomtel: 137 | Tim: 10.011 | Vivo: 3.306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Este indicador é composto por dois atributos, “facilidade de entendimento dos planos e serviços contratados” e “cumprir o que promete e divulga na publicidade”, com médias de 6,92 e 6,89, respectivamente:

Gráfico 5 – Facilidade de entendimento dos planos e serviços contratados (média e percentual)


B1_1. Facilidade de entendimento dos planos e serviços contratados
 Base de respondentes 2017: Total: 21.801 | Algar: 954 | Claro: 6.862 | Oi: 7.066 | Sercomtel: 370 | Tim: 14.611 | Vivo: 5.088
 Base de respondentes 2018: Total: 15.543 | Algar: 509 | Claro: 4.095 | Oi: 6.495 | Sercomtel: 137 | Tim: 10.011 | Vivo: 3.306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 6 - A operadora cumpre o que promete e divulga em sua publicidade (média e percentual)



B1_2. A <OPERADORA> cumpre o que promete e divulga em sua publicidade
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

4.2.3. FUNCIONAMENTO

Em relação ao indicador de funcionamento, a média geral é de 7,97:

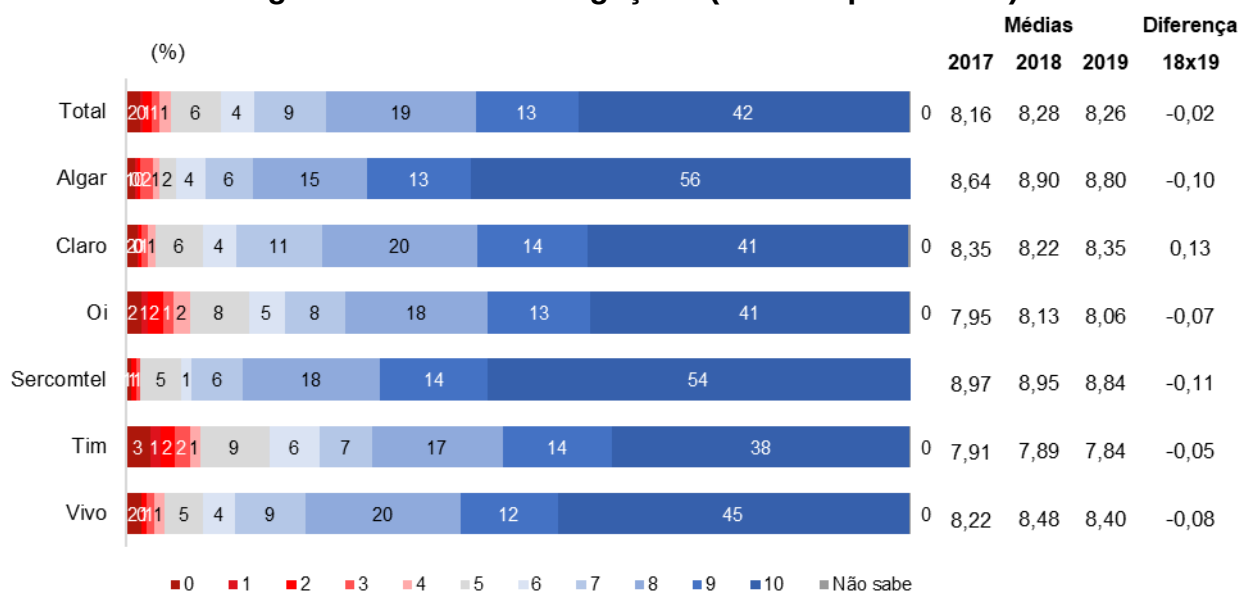
Tabela 8 – Indicador Funcionamento (média)

(Média)	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
2017	7,85	8,41	8,11	7,57	8,70	7,71	7,91
2018	7,95	8,66	8,00	7,77	8,71	7,63	8,07
2019	7,97	8,53	8,11	7,73	8,57	7,62	8,13
Diferença 18x19	0,02	-0,13	0,11	-0,04	-0,14	-0,01	0,06

C1. Pensando no funcionamento do serviço da sua linha fixa da <OPERADORA>, qual nota você daria para: (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 21800 | Algar: 954 | Claro: 6861 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

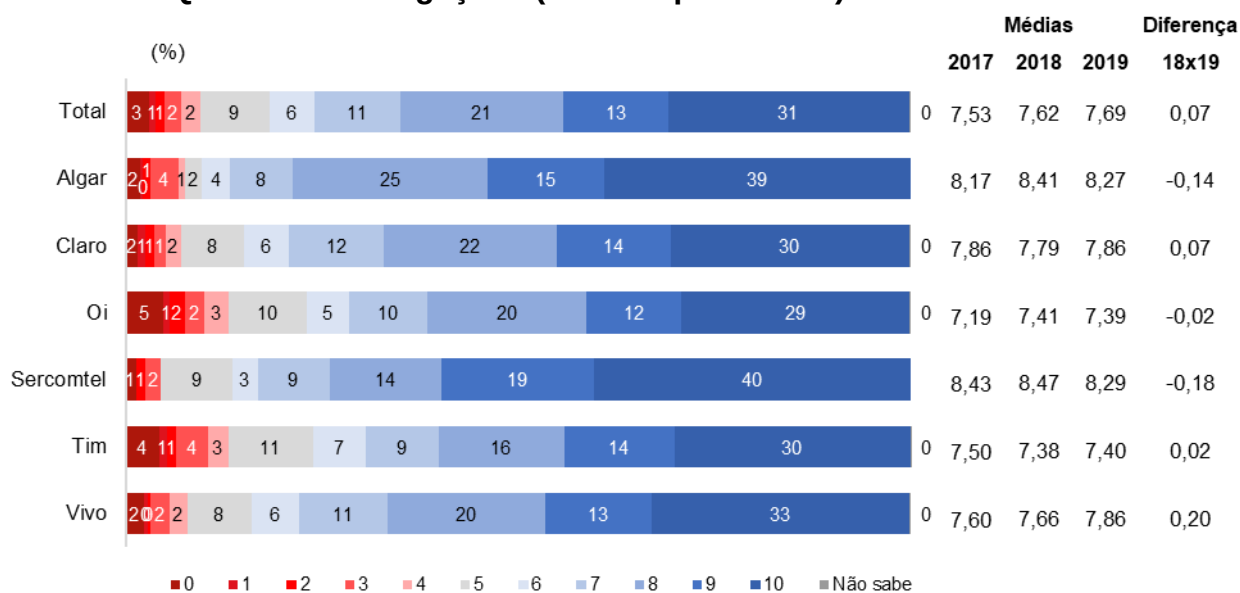
Este indicador é constituído de dois atributos: conseguir fazer e receber ligações, de 8,26 e qualidade das ligações, com média de 7,69.

Gráfico 7 – Conseguir fazer e receber ligações (média e percentual)



C1_1. Conseguir fazer e receber ligações
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 8 – Qualidade das ligações (média e percentual)



C1_2. Qualidade das ligações, ou seja, ausência de quedas, ruídos e interferências
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

4.2.4. COBRANÇA

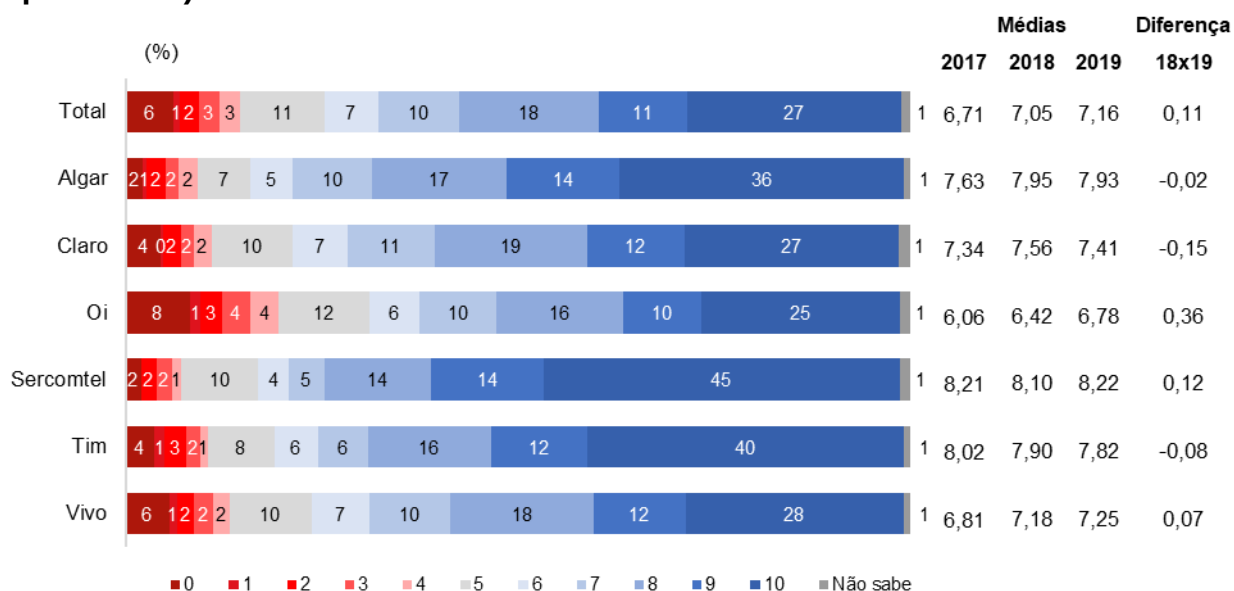
O indicador de cobrança tem média geral de 7,35:

Tabela 9 – Indicador de Cobrança (média)

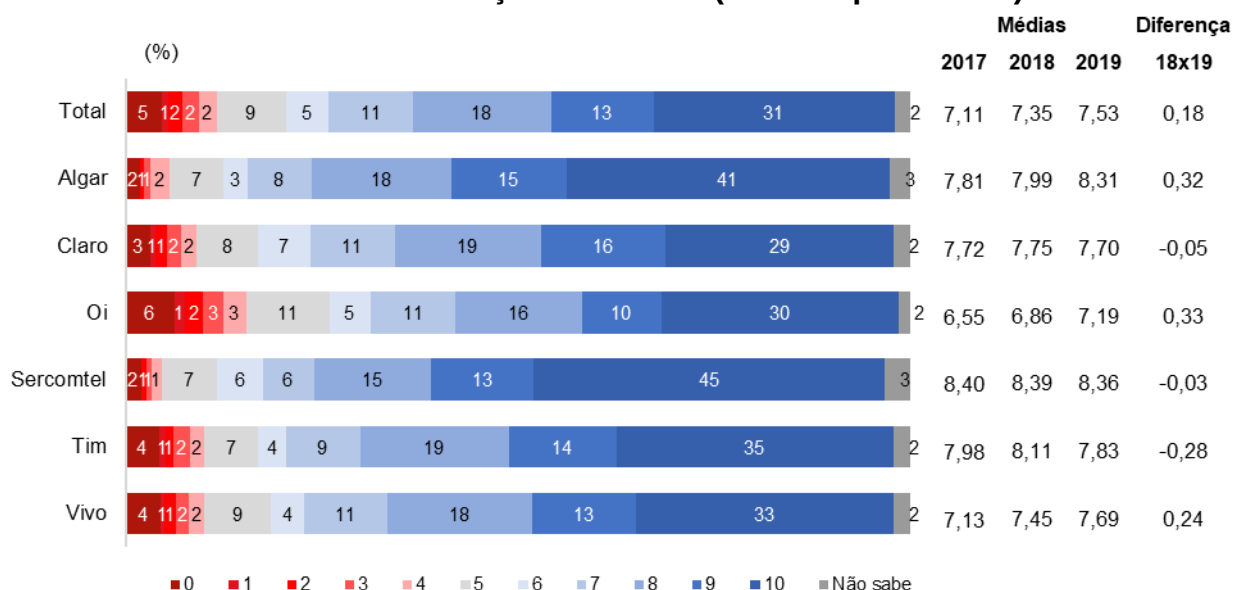
(Média)	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
2017	6,91	7,73	7,54	6,31	8,30	7,99	6,97
2018	7,21	7,98	7,66	6,65	8,21	8,01	7,31
2019	7,35	8,10	7,56	6,98	8,32	7,82	7,49
Diferença 18x19	0,14	0,12	-0,1	0,33	0,11	-0,19	0,18

D1. Pensando na cobrança da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: (ESTIMULADA – RU)
Base de respondentes 2017: Total: 21697 | Algar: 949 | Claro: 6811 | Oi: 7053 | Sercomtel: 366 | Tim: 1450 | Vivo: 5068
Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Enquanto o resultado da cobrança dos valores de acordo com o contratado é de 7,16, a avaliação da clareza das informações na conta é de 7,53:

Gráfico 9 – Cobrança dos valores na conta de acordo com o contratado (média e percentual)


D1.1. Cobrança dos valores na conta de acordo com o contratado
Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 10 – Clareza das informações na conta (média e percentual)


D1_2. Clareza das informações na conta
Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

4.2.5. CANAIS DE ATENDIMENTO

Atendimento telefônico continua sendo o canal mais utilizado pelos usuários, seguido pelo atendimento online e 21% dos usuários não utilizaram nenhum dos canais disponíveis:

Tabela 10 – Canais de atendimento utilizados (percentual)

Canais (%)	Total			Algar			Claro			Oi			Sercomtel			Tim			Vivo		
	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19
Atendimento telefônico	80	75	69	75	75	63	74	67	66	84	81	73	71	69	67	71	70	71	80	77	68
Atendimento pela internet	34	34	31	41	41	35	34	33	33	31	30	27	38	30	33	30	28	32	37	37	34
Atendimento na loja da operadora	14	16	13	23	22	21	12	18	13	15	16	13	16	22	18	24	20	19	13	14	12
Nenhum destes canais	15	16	21	13	16	21	19	23	22	12	12	19	18	22	24	19	19	18	14	15	22

A1. Nos últimos 6 meses, quais desses canais de atendimento da <OPERADORA> você utilizou: (ESTIMULADA – RM)
Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

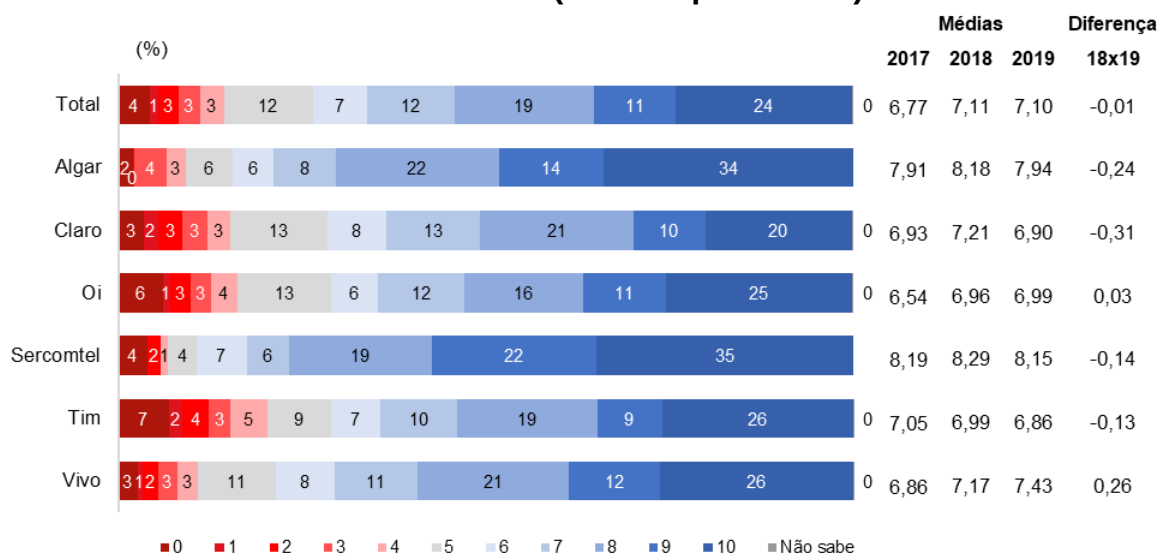
A média do indicador de canais de atendimento é de 7,16:

Tabela 11 – Indicador canais de atendimento (média)

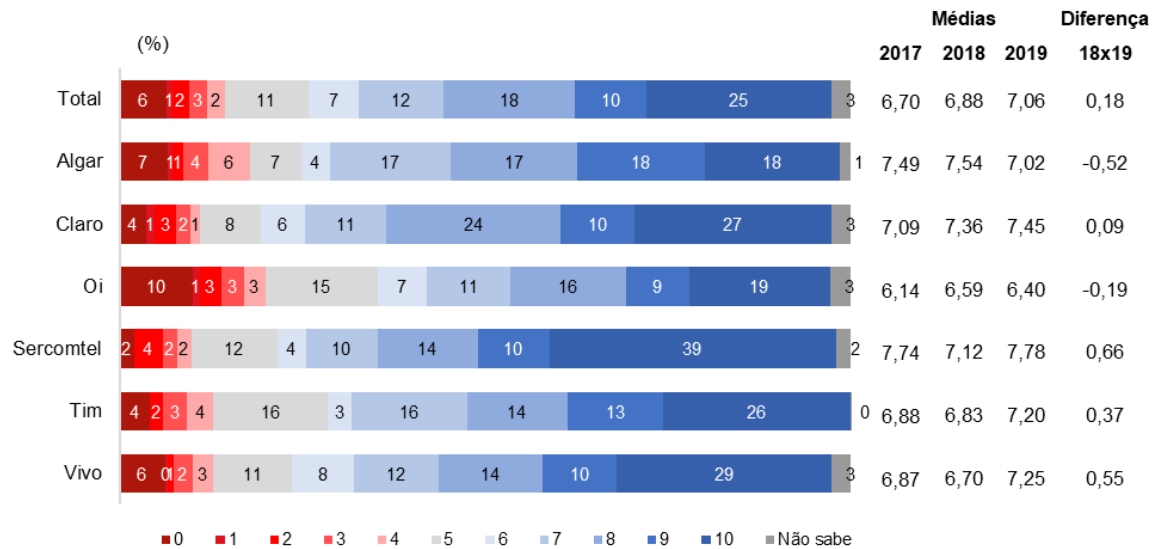
(Média)	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
2017	6,85	7,89	7,07	6,60	8,17	7,14	6,89
2018	7,15	8,07	7,37	6,94	8,24	7,18	7,14
2019	7,16	7,85	7,14	7,01	8,00	7,00	7,34
Diferença 18x19	0,01	-0,22	-0,23	0,07	-0,24	-0,18	0,20

A3. Qual nota você daria para a qualidade do atendimento telefônico da <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU) | A4. Qual nota você daria para a qualidade do atendimento pela internet da <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU) | A5. Qual nota você daria para a qualidade do atendimento na loja da <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 18739 | Algar: 819 | Claro: 5716 | Oi: 6298 | Sercomtel: 305 | Tim: 1164 | Vivo: 4437
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

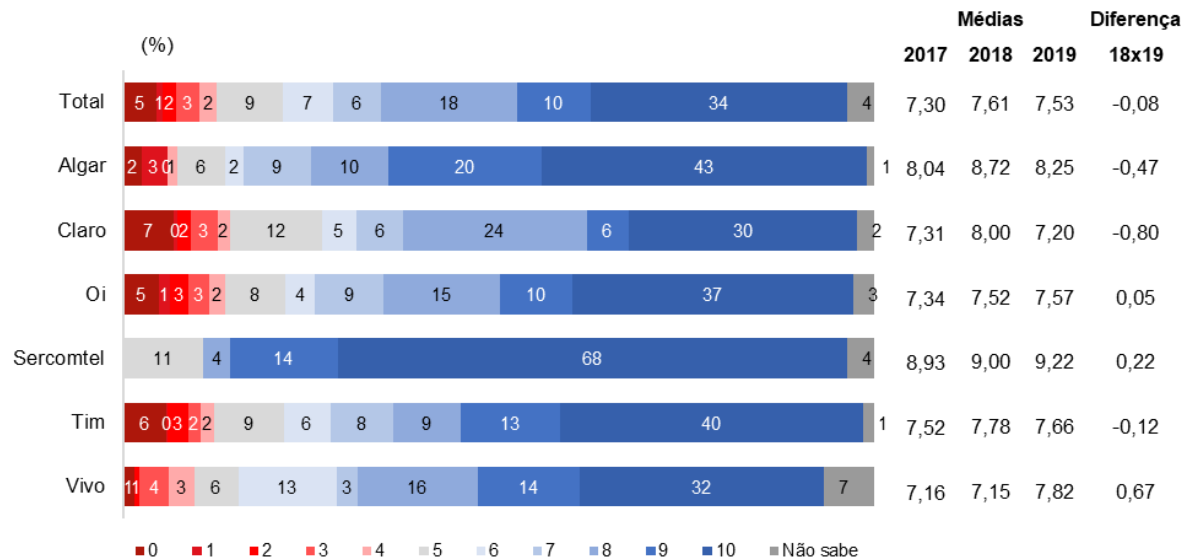
Os atendimentos telefônicos e online são os mais utilizados e tem indicadores de 7,10 e 7,06, enquanto que o indicador do atendimento via loja da operadora é de 7,53:

Gráfico 11 – Atendimento telefônico (média e percentual)


A3. Qual nota você daria para a qualidade do atendimento telefônico da <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 17068 | Algar: 723 | Claro: 5116 | Oi: 5917 | Sercomtel: 263 | Tim: 1013 | Vivo: 4036
 Base de respondentes 2018: Total: 11701 | Algar: 377 | Claro: 2826 | Oi: 5235 | Sercomtel: 94 | Tim: 676 | Vivo: 2493
 Base de respondentes 2019: Total: 9.692 | Algar: 261 | Claro: 2.378 | Oi: 4.254 | Sercomtel: 103 | Tim: 747 | Vivo: 1.949

Gráfico 12 – Atendimento via internet (média e percentual)


A4. Qual nota você daria para a qualidade do atendimento pela internet da <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 7942 | Algar: 391 | Claro: 2483 | Oi: 2357 | Sercomtel: 141 | Tim: 403 | Vivo: 2167
 Base de respondentes 2018: Total: 5428 | Algar: 213 | Claro: 1465 | Oi: 2151 | Sercomtel: 41 | Tim: 246 | Vivo: 1312
 Base de respondentes 2019: Total: 4.651 | Algar: 137 | Claro: 1.235 | Oi: 1.778 | Sercomtel: 51 | Tim: 336 | Vivo: 1.114

Gráfico 13 – Atendimento via loja da operadora (média e percentual)


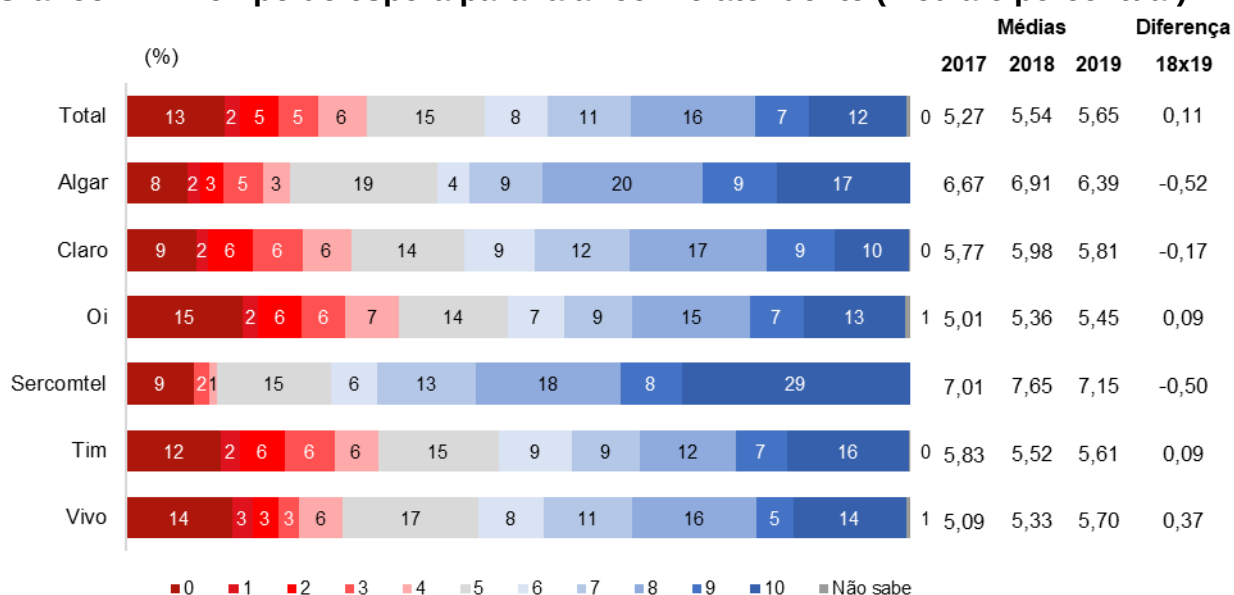
A5. Qual nota você daria para a qualidade do atendimento na loja da <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 3608 | Algar: 221 | Claro: 973 | Oi: 1247 | Sercomtel: 61 | Tim: 390 | Vivo: 716
 Base de respondentes 2018: Total: 2728 | Algar: 105 | Claro: 785 | Oi: 1050 | Sercomtel: 30 | Tim: 246 | Vivo: 512
 Base de respondentes 2019: Total: 2.170 | Algar: 90 | Claro: 496 | Oi: 921 | Sercomtel: 28* | Tim: 283 | Vivo: 352

O indicador do atendimento telefônico é de 6,38 e é composto pela avaliação do tempo de espera para falar com atendente (média de 5,65 – item com a pior performance), necessidade de repetir a demanda (média de 6,34) e capacidade dos atendentes para esclarecer dúvidas (média de 7,16):

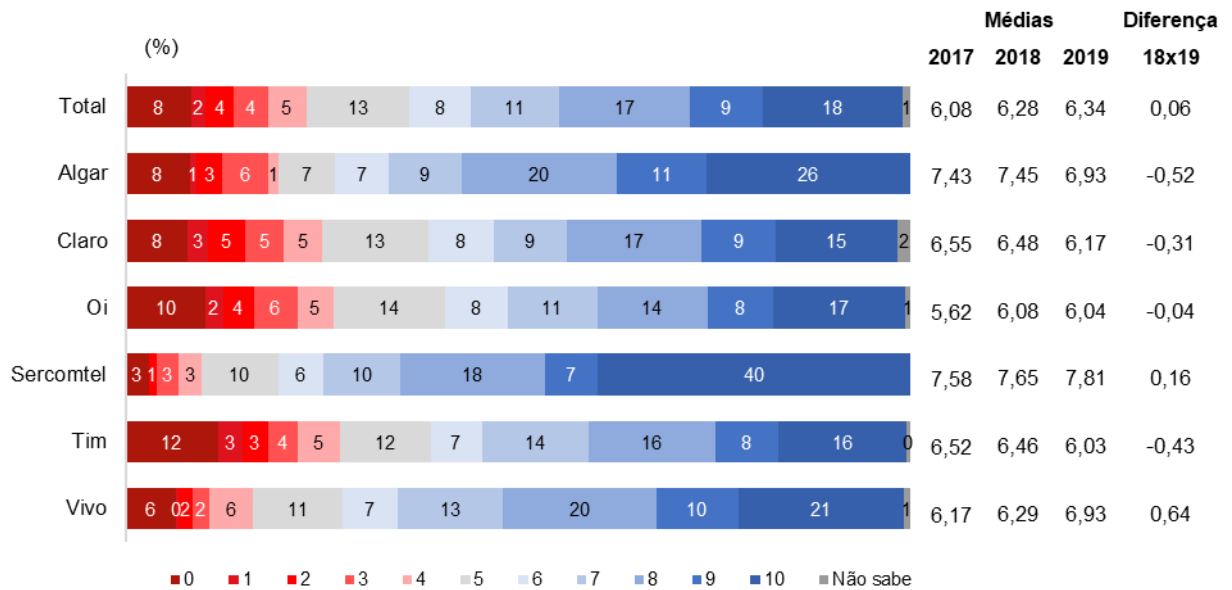
Tabela 12 – Indicador atendimento telefônico (média)

(Média)	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
2017	6,04	7,33	6,36	5,75	7,55	6,43	6,06
2018	6,30	7,50	6,54	6,12	7,93	6,37	6,26
2019	6,38	7,04	6,29	6,17	7,75	6,16	6,76
Diferença 18x19	0,08	-0,46	-0,25	0,05	-0,18	-0,21	0,5

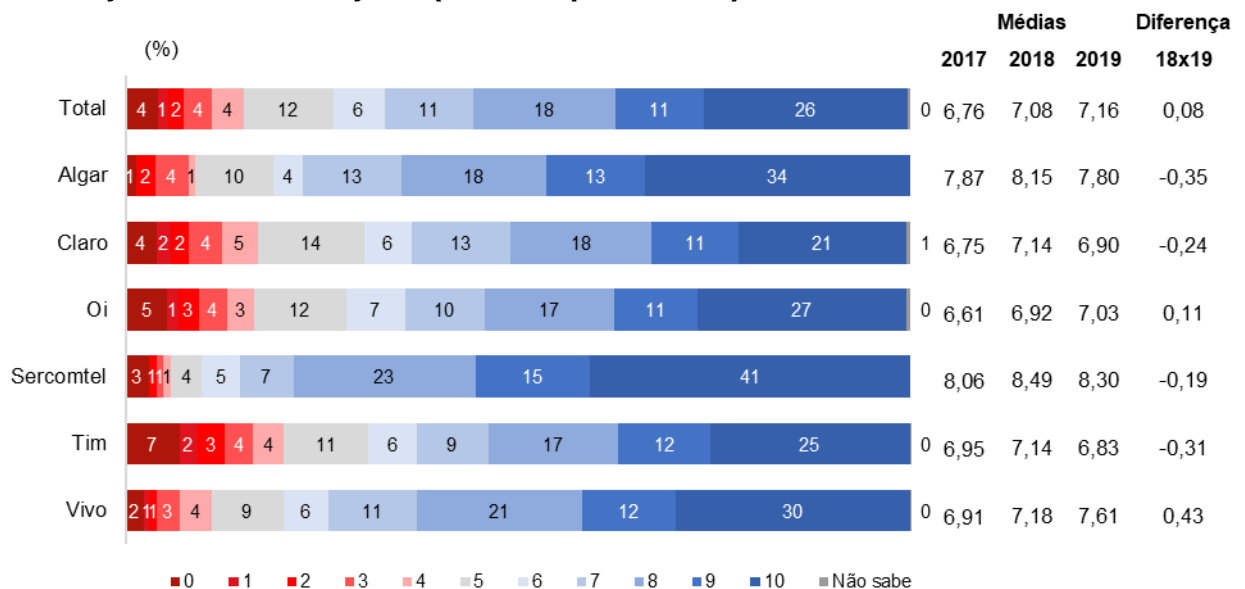
A2. Com relação ao atendimento telefônico da <OPERADORA>, e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Tempo de espera para falar com o atendente/ Necessidade de repetir a demanda/ Capacidade dos atendentes para esclarecer dúvidas, dar orientações ou informações
Base de respondentes 2017: Total: 17056 | Algar: 723 | Claro: 5109 | Oi: 5917 | Sercomtel: 262 | Tim: 1011 | Vivo: 4034
Base de respondentes 2018: Total: 11683 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 14 – Tempo de espera para falar com o atendente (média e percentual)


A2_1. Tempo de espera para falar com o atendente
Base de respondentes 2017: Total: 17068 | Algar: 723 | Claro: 5116 | Oi: 5917 | Sercomtel: 263 | Tim: 1013 | Vivo: 4036
Base de respondentes 2018: Total: 11701 | Algar: 377 | Claro: 2826 | Oi: 5235 | Sercomtel: 94 | Tim: 676 | Vivo: 2493
Base de respondentes 2019: Total: 9.692 | Algar: 261 | Claro: 2.378 | Oi: 4.254 | Sercomtel: 103 | Tim: 747 | Vivo: 1.949

Gráfico 15 – Necessidade de repetir a demanda (média e percentual)


A2_2. Necessidade de repetir a demanda (Exemplo: pedido, solicitação, reclamação)
 Base de respondentes 2017: Total: 17068 | Algar: 723 | Claro: 5116 | Oi: 5917 | Sercomtel: 263 | Tim: 1013 | Vivo: 4036
 Base de respondentes 2018: Total: 11701 | Algar: 377 | Claro: 2826 | Oi: 5235 | Sercomtel: 94 | Tim: 676 | Vivo: 2493
 Base de respondentes 2019: Total: 9.692 | Algar: 261 | Claro: 2.378 | Oi: 4.254 | Sercomtel: 103 | Tim: 747 | Vivo: 1.949

Gráfico 16 – Capacidade dos atendentes para esclarecer dúvidas, dar orientações ou informações (média e percentual)


A2_3. Capacidade dos atendentes para esclarecer dúvidas, dar orientações ou informações.
 Base de respondentes 2017: Total: 17068 | Algar: 723 | Claro: 5116 | Oi: 5917 | Sercomtel: 263 | Tim: 1013 | Vivo: 4036
 Base de respondentes 2018: Total: 11701 | Algar: 377 | Claro: 2826 | Oi: 5235 | Sercomtel: 94 | Tim: 676 | Vivo: 2493
 Base de respondentes 2019: Total: 9.692 | Algar: 261 | Claro: 2.378 | Oi: 4.254 | Sercomtel: 103 | Tim: 747 | Vivo: 1.949

4.2.6. CAPACIDADE DE RESOLUÇÃO

Os usuários que tiveram algum problema e entraram em contato com a operadora também avaliaram a resolução deste, com média de percepção de qualidade de 6,19, mantendo certa estabilidade em relação ao ano anterior:

Tabela 13 – Indicador Capacidade de resolução

(Média)	TOTAL	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
2017	5,79	6,79	6,00	5,43	6,84	5,93	6,03
2018	6,20	7,34	6,25	5,91	7,31	5,70	6,47
2019	6,19	6,96	6,20	6,08	7,33	6,01	6,33
Diferença 18x19	-0,01	-0,38	-0,05	0,17	0,02	0,31	-0,14

E2. Numa escala de 0 a 10, qual nota você daria para a resolução do problema de cobrança pela <OPERADORA>? | E4. Qual nota você daria para a resolução da alteração de plano ou condição comercial pela <OPERADORA>? | E6. Qual nota você daria para a resolução do pedido de cancelamento pela <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU) | E8. Qual nota você daria para a resolução do problema nas ligações pela <OPERADORA>, numa escala de 0 a 10?

Base de respondentes 2017: Total: 14340 | Algar: 461 | Claro: 4223 | Oi: 5275 | Sercomtel: 163 | Tim: 710 | Vivo: 3508

Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306

Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Cerca de 4 em cada 10 usuários entraram em contato motivado por algum problema na cobrança e sua percepção de qualidade com a resolução é de 5,80:

Tabela 14 – Contato sobre algum problema de cobrança (percentual)

(%)	TOTAL		Algar		Claro		Oi		Sercomtel		Tim		Vivo	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
2017	44	56	32	68	37	63	54	46	24	76	30	70	41	59
2018	40	60	26	74	36	64	50	50	14	86	34	66	35	65
2019	36	64	28	72	36	64	41	59	14	86	39	61	31	69

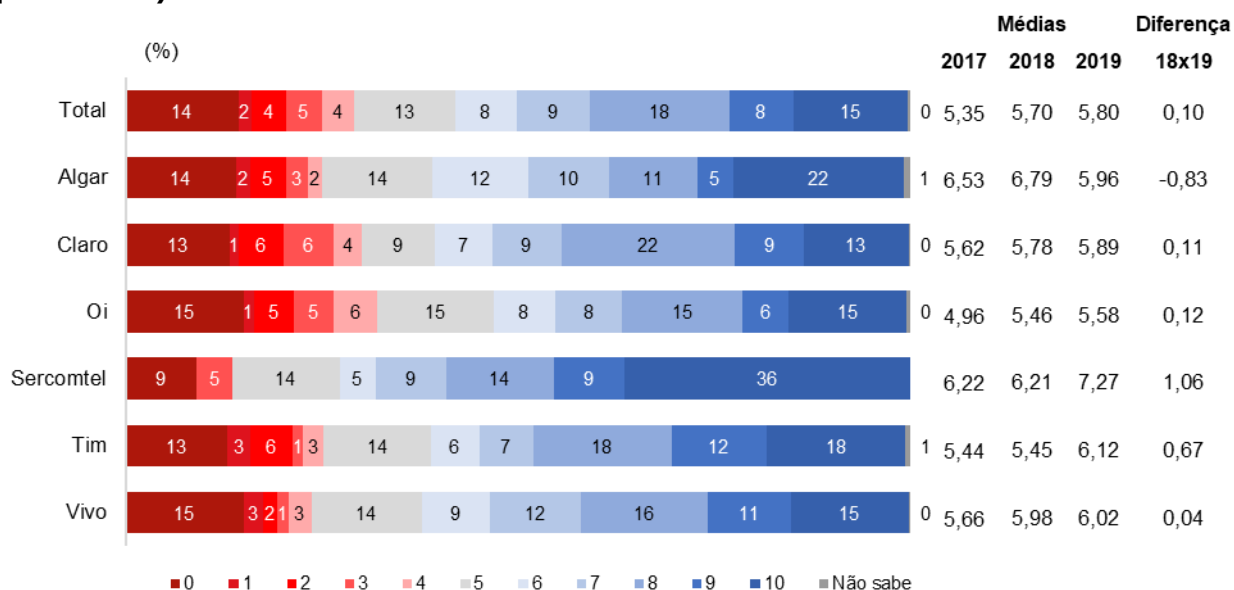
E1. Nos últimos 6 meses, você entrou em contato com sua operadora para falar sobre algum problema de cobrança da <OPERADORA>?

Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088

Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306

Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 17 – Resolução do problema de cobrança pela operadora (média e percentual)



E2. Numa escala de 0 a 10, qual nota você daria para a resolução do problema de cobrança pela <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 9590 | Algar: 277 | Claro: 2731 | Oi: 3850 | Sercomtel: 87 | Tim: 440 | Vivo: 2205
 Base de respondentes 2018: Total: 6652 | Algar: 129 | Claro: 1483 | Oi: 3364 | Sercomtel: 19* | Tim: 311 | Vivo: 1346
 Base de respondentes 2019: Total: 5.465 | Algar: 103 | Claro: 1.323 | Oi: 2.519 | Sercomtel: 22* | Tim: 390 | Vivo: 1.108 | *Base pequena

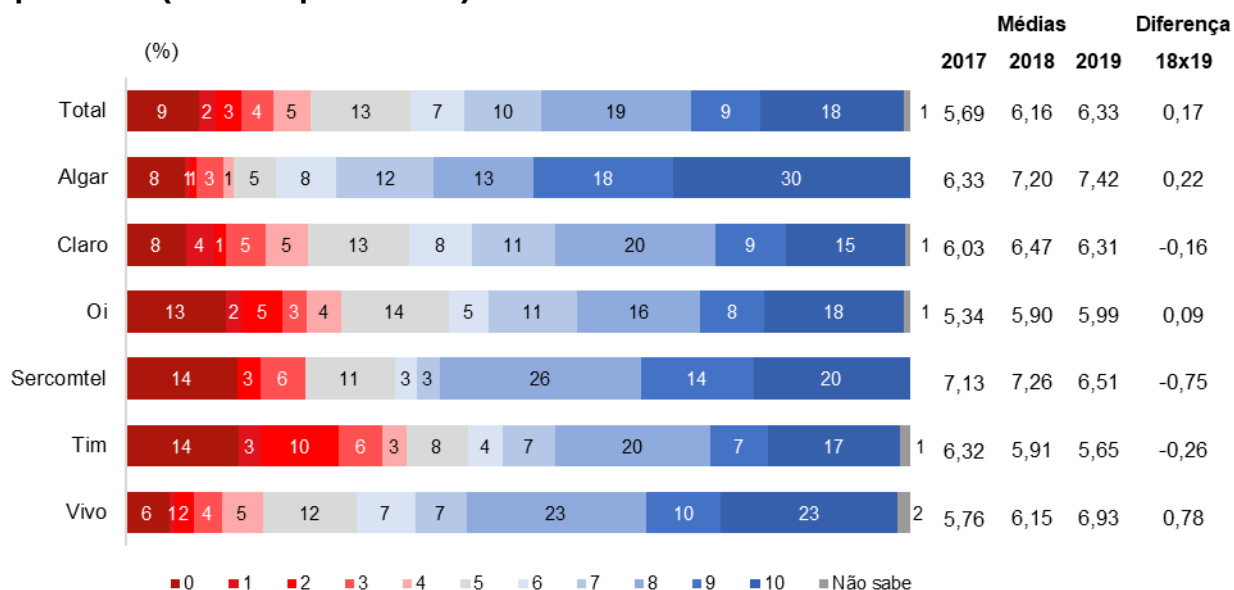
Já para alterar o plano ou a condição comercial, 31% dos usuários contataram as operadoras, e a avaliação média é de 6,33:

Tabela 15 – Contato para alterar plano ou condição comercial (percentual)

Operadora	TOTAL		Algar		Claro		Oi		Sercomtel		Tim		Vivo	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
2017	38	62	31	69	38	62	40	60	19	81	19	81	38	62
2018	34	66	35	65	31	69	37	63	17	83	20	80	32	68
2019	31	69	38	62	33	67	34	66	23	77	21	79	26	74

E3. Nos últimos 6 meses, você entrou em contato com a <OPERADORA> para alterar seu plano ou alguma condição comercial? (ESPONTÂNEA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 18 – Resolução da alteração de plano ou condição comercial pela operadora (média e percentual)



E4. Qual nota você daria para a resolução da alteração de plano ou condição comercial pela <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 8002 | Algar: 275 | Claro: 2440 | Oi: 2746 | Sercomtel: 72 | Tim: 275 | Vivo: 2194
 Base de respondentes 2018: Total: 5496 | Algar: 168 | Claro: 1369 | Oi: 2485 | Sercomtel: 23 | Tim: 191 | Vivo: 1260 | *Base pequena
 Base de respondentes 2019: Total: 4.571 | Algar: 139 | Claro: 1.190 | Oi: 1.997 | Sercomtel: 35 | Tim: 213 | Vivo: 997

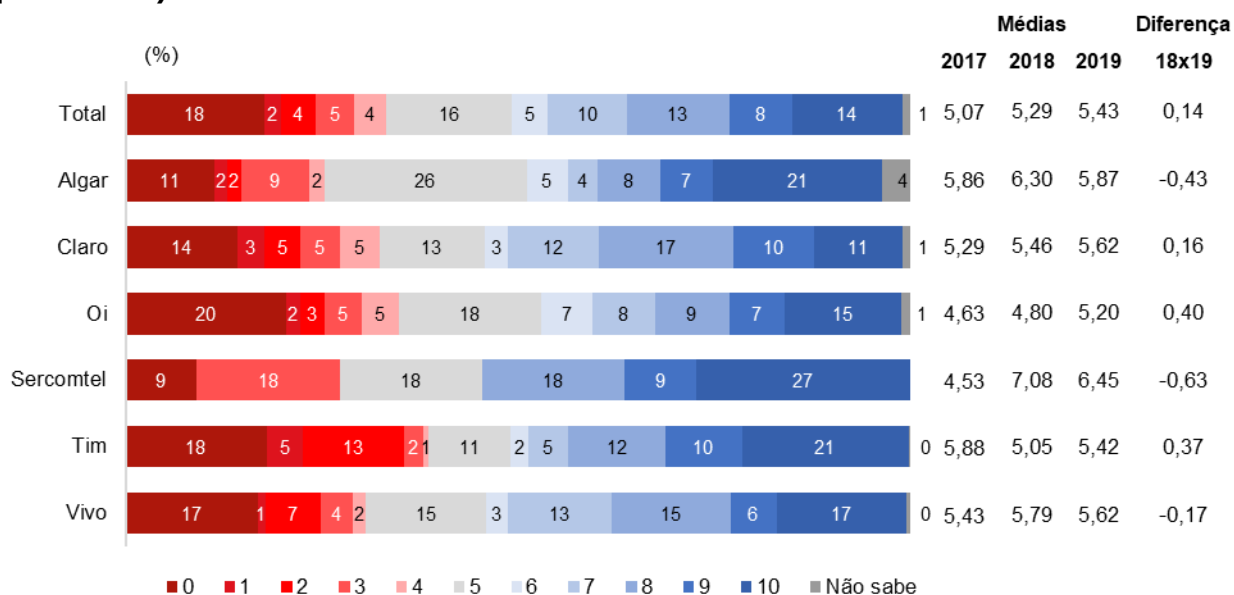
Em relação a cancelar pacotes ou serviços, 21% entraram em contato com a operadora para solicitar tal alteração, com média de percepção de qualidade de 5,43:

Tabela 16 – Contato para cancelar serviços ou pacotes (percentual)

(%)	TOTAL		Algar		Claro		Oi		Sercomtel		Tim		Vivo	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
2017	24	76	16	84	23	77	27	73	5	95	11	89	24	76
2018	23	77	14	86	22	78	28	72	9	91	10	90	20	80
2019	21	79	14	86	21	79	28	72	7	93	14	86	14	86

E5. Nos últimos 6 meses, entrou em contato com a <OPERADORA> para cancelar serviços ou pacotes? (ESPONTÂNEA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 19 – Resolução do pedido de cancelamento pela operadora (média e percentual)



E6. Qual nota você daria para a resolução do pedido de cancelamento pela <OPERADORA>? (ESTIMULADA – RU)
 Base de respondentes 2017: Total: 5195 | Algar: 144 | Claro: 1585 | Oi: 2032 | Sercomtel: 19 | Tim: 174 | Vivo: 1241
 Base de respondentes 2018: Total: 3637 | Algar: 62 | Claro: 879 | Oi: 1869 | Sercomtel: 12* | Tim: 115 | Vivo: 700
 Base de respondentes 2019: Total: 3.220 | Algar: 57 | Claro: 763 | Oi: 1.639 | Sercomtel: 11* | Tim: 135 | Vivo: 615 | *Base pequena

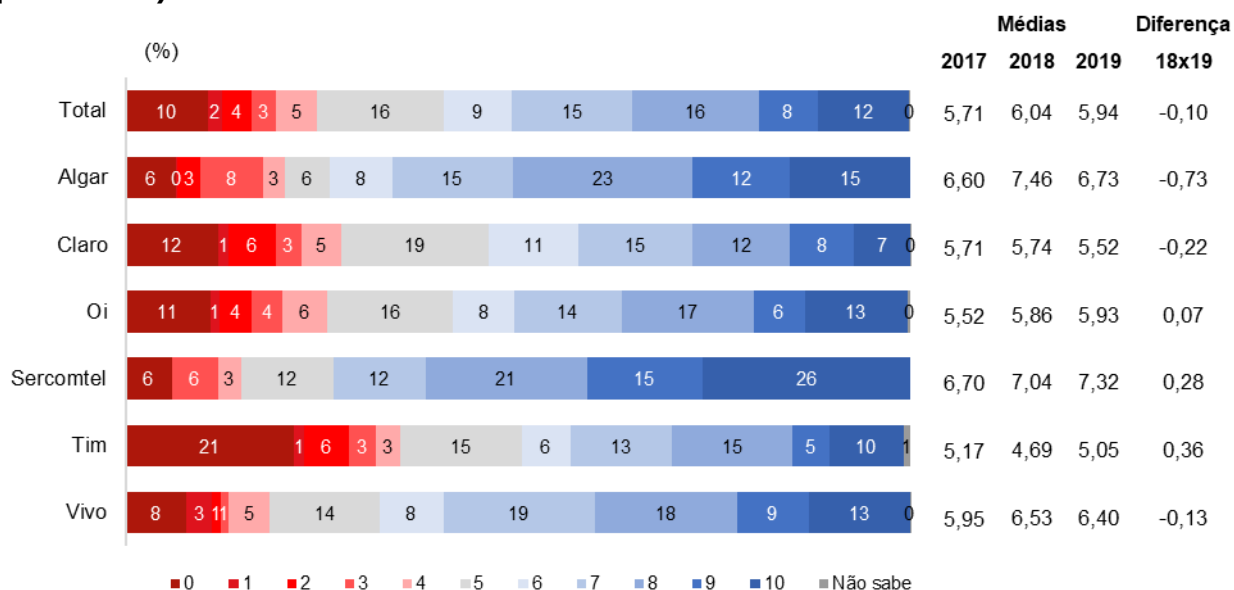
Cerca de 3 em 10 usuários contataram a operadora para falar sobre problemas nas ligações, com média de percepção de qualidade da resolução de 5,94 (queda de 0,1):

Tabela 17 – Contato para falar sobre problemas nas ligações (percentual)

(%)	TOTAL		Algar		Claro		Oi		Sercomtel		Tim		Vivo	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
2017	31	69	17	83	19	81	38	62	20	80	25	75	34	66
2018	28	72	17	83	21	79	36	64	20	80	28	72	27	73
2019	26	74	19	81	20	80	35	65	22	78	30	70	23	77

E7. Nos últimos 6 meses, você entrou em contato com a <OPERADORA> para falar sobre problemas nas ligações da <OPERADORA>?
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

Gráfico 20 – Resolução do problema nas ligações pela operadora (média e percentual)



E8. Qual nota você daria para a resolução do problema nas ligações pela <OPERADORA>, numa escala de 0 a 10?
 Base de respondentes 2017: Total: 6029 | Algar: 143 | Claro: 1374 | Oi: 2716 | Sercomtel: 74 | Tim: 329 | Vivo: 1393
 Base de respondentes 2018: Total: 4298 | Algar: 78 | Claro: 697 | Oi: 2390 | Sercomtel: 28* | Tim: 219 | Vivo: 886 | * Base pequena
 Base de respondentes 2019: Total: 3.867 | Algar: 68 | Claro: 683 | Oi: 2.083 | Sercomtel: 34 | Tim: 279 | Vivo: 720

4.2.7. REPARO E INSTALAÇÃO

Um em 10 usuários entrou em contato com a operadora para solicitar a instalação de telefone fixo no endereço atual.

Tabela 18 – Contato para instalação da linha fixa no endereço atual (percentual)

(%)	TOTAL		Algar		Claro		Oi		Sercomtel		Tim		Vivo	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
2017	10	90	7	93	9	91	10	90	10	90	13	87	10	90
2018	9	91	7	93	9	91	9	91	6	94	13	87	10	90
2019	9	91	7	93	8	92	8	92	9	91	14	86	9	91

F1. Nos últimos 6 meses, você solicitou a instalação de sua linha fixa em seu atual endereço?
 Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
 Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
 Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

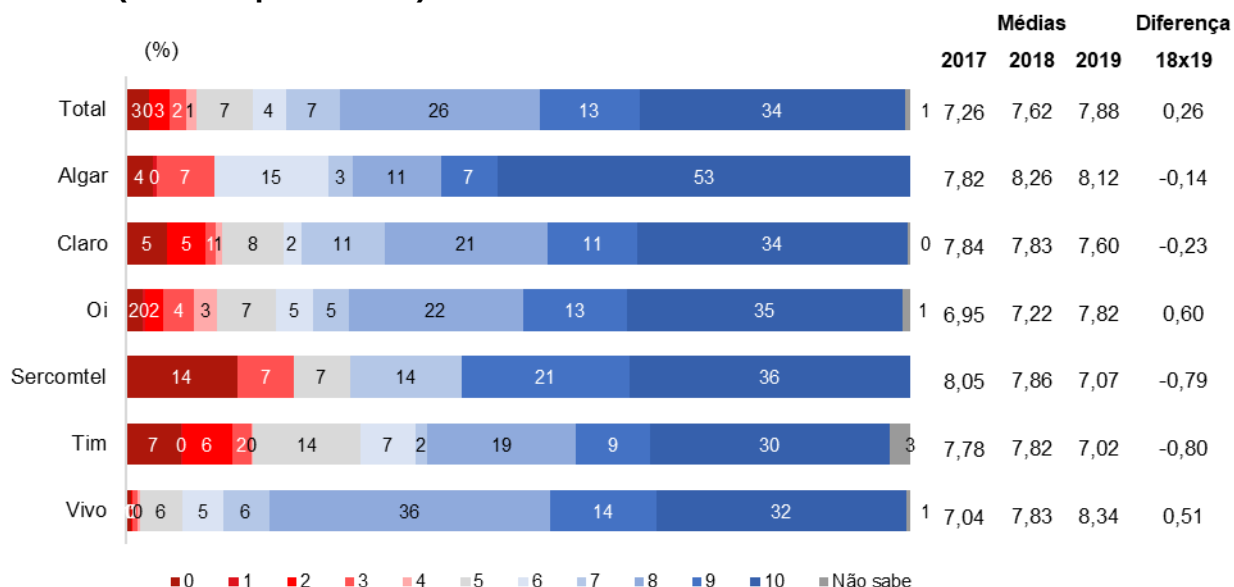
O indicador referente ao reparo e instalação é de 7,41:

Tabela 19 – Indicador de Reparo e instalação (média)

(Média)	TOTAL	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
2017	7,02	7,98	7,46	6,60	7,69	6,83	7,30
2018	7,33	8,04	7,21	7,15	8,27	6,54	7,62
2019	7,41	8,36	7,19	7,27	7,48	6,37	7,86
Diferença 18x19	0,08	0,32	-0,02	0,12	-0,79	-0,17	0,24

F2. Pensando na instalação da sua linha fixa da <OPERADORA>, em uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para:
Base de respondentes 2017: Total: 7925 | Algar: 238 | Claro: 1670 | Oi: 3644 | Sercomtel: 114 | Tim: 305 | Vivo: 1954
Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

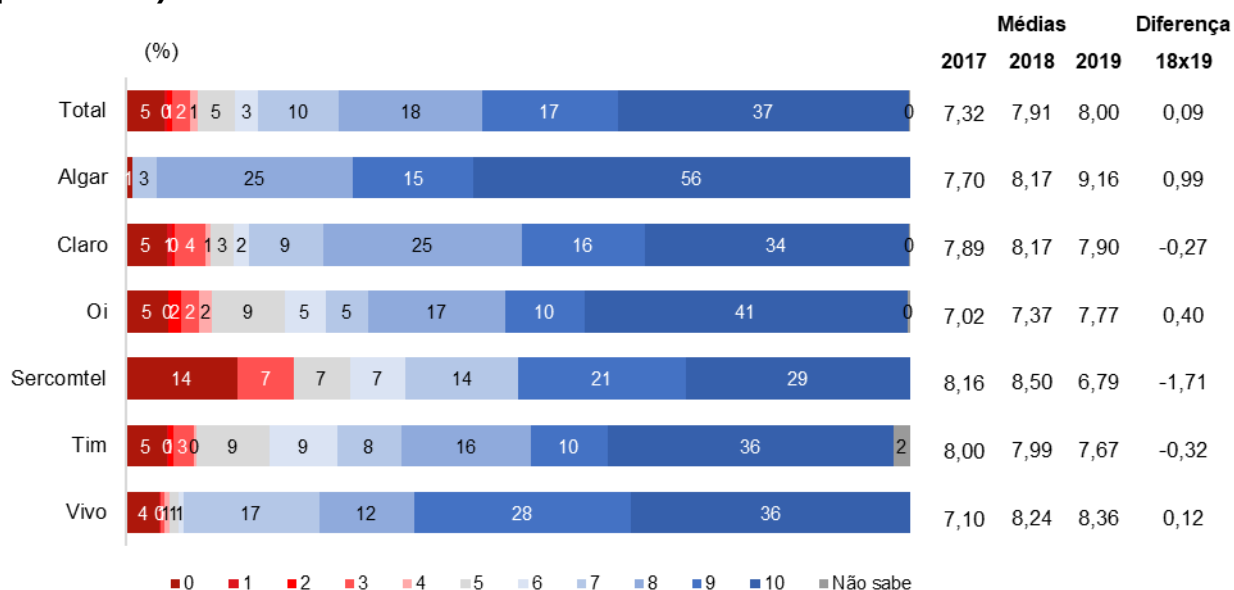
A percepção de qualidade em relação ao tempo entre a solicitação da instalação e a visita do técnico é de 7,88:

Gráfico 21 – Tempo de espera entre a solicitação da instalação e a visita do técnico (média e percentual)


F2.1. Tempo de espera entre a solicitação da instalação e a visita do técnico
Base de respondentes 2017: Total: 2175 | Algar: 61 | Claro: 640 | Oi: 727 | Sercomtel: 38 | Tim: 154 | Vivo: 555
Base de respondentes 2018: Total: 1500 | Algar: 37 | Claro: 400 | Oi: 642 | Sercomtel: 8* | Tim: 90 | Vivo: 323
Base de respondentes 2019: Total: 1.316 | Algar: 26* | Claro: 311 | Oi: 524 | Sercomtel: 14* | Tim: 156 | Vivo: 285 | * Base pequena

Já em relação ao cumprimento do prazo acordado, a percepção de qualidade é 8,00:

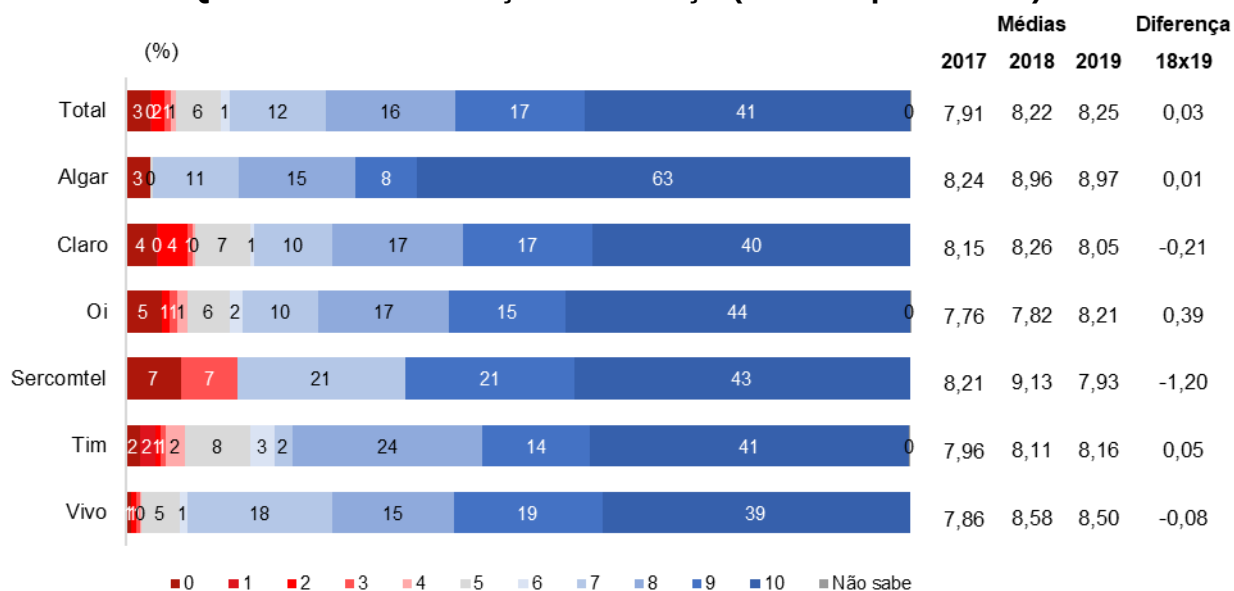
Gráfico 22 – Cumprimento do prazo acordado para instalação (média e percentual)



F2_2. Cumprimento do prazo acordado
 Base de respondentes 2017: Total: 2175 | Algar: 61 | Claro: 640 | Oi: 727 | Sercomtel: 38 | Tim: 154 | Vivo: 555
 Base de respondentes 2018: Total: 1500 | Algar: 37 | Claro: 400 | Oi: 642 | Sercomtel: 8* | Tim: 90 | Vivo: 323
 Base de respondentes 2019: Total: 1.316 | Algar: 26* | Claro: 311 | Oi: 524 | Sercomtel: 14* | Tim: 156 | Vivo: 285 | * Base pequena

A percepção de qualidade com a instalação do serviço é de 8,25:

Gráfico 23 – Qualidade da instalação do serviço (média e percentual)



F2_3. Qualidade da instalação do serviço
 Base de respondentes 2017: Total: 2175 | Algar: 61 | Claro: 640 | Oi: 727 | Sercomtel: 38 | Tim: 154 | Vivo: 555
 Base de respondentes 2018: Total: 1500 | Algar: 37 | Claro: 400 | Oi: 642 | Sercomtel: 8* | Tim: 90 | Vivo: 323
 Base de respondentes 2019: Total: 1.316 | Algar: 26* | Claro: 311 | Oi: 524 | Sercomtel: 14* | Tim: 156 | Vivo: 285 | * Base pequena

Três a cada dez usuários contataram a operadora para solicitar algum tipo de reparo:

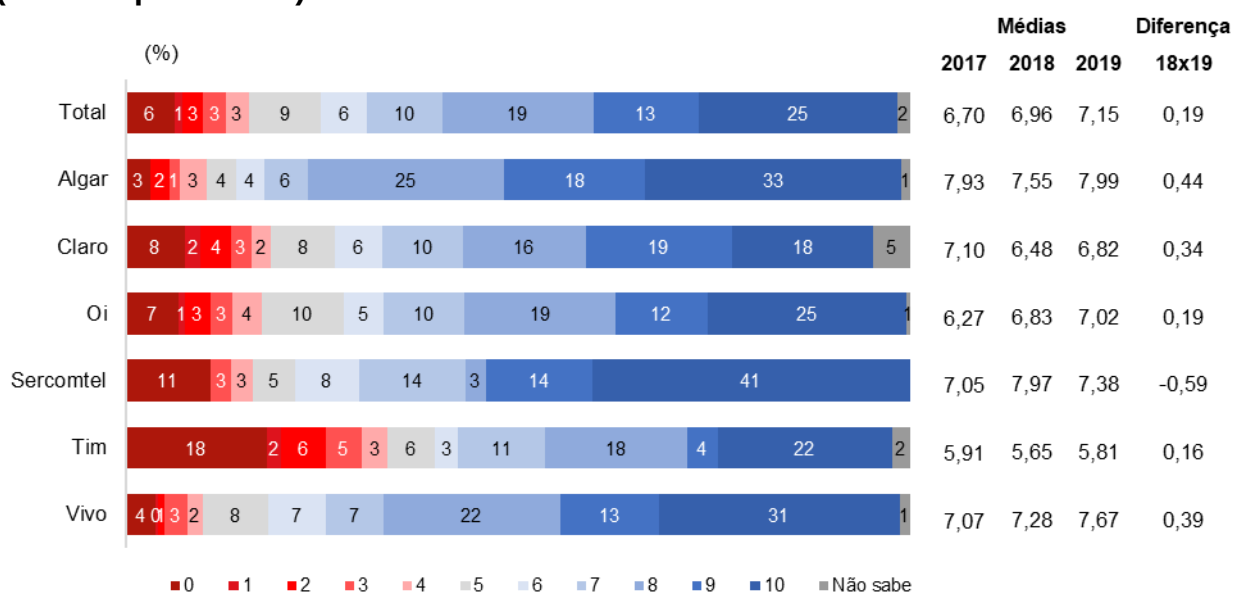
Tabela 20 – Contato para solicitar algum tipo de reparo na telefonia fixa (percentual)

(%)	TOTAL		Algar		Claro		Oi		Sercomtel		Tim		Vivo	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
2017	36	64	21	79	17	83	47	53	23	77	18	82	42	58
2018	31	69	18	82	12	88	45	55	21	79	19	81	35	65
2019	32	68	21	79	20	80	43	57	24	76	31	69	32	68

F3. Nos últimos 6 meses, você solicitou algum tipo de reparo em sua linha fixa da <OPERADORA>?? (ESPONTÂNEA – RU)
Base de respondentes 2017: Total: 21801 | Algar: 954 | Claro: 6862 | Oi: 7066 | Sercomtel: 370 | Tim: 1461 | Vivo: 5088
Base de respondentes 2018: Total: 15543 | Algar: 509 | Claro: 4095 | Oi: 6495 | Sercomtel: 137 | Tim: 1001 | Vivo: 3306
Base de respondentes 2019: Total: 13.803 | Algar: 414 | Claro: 3.472 | Oi: 5.865 | Sercomtel: 154 | Tim: 1.102 | Vivo: 2.796

E a percepção de qualidade com o tempo de espera entre o pedido de reparo e a visita do técnico é de 7,15, melhora de 0,19 em relação a 2018:

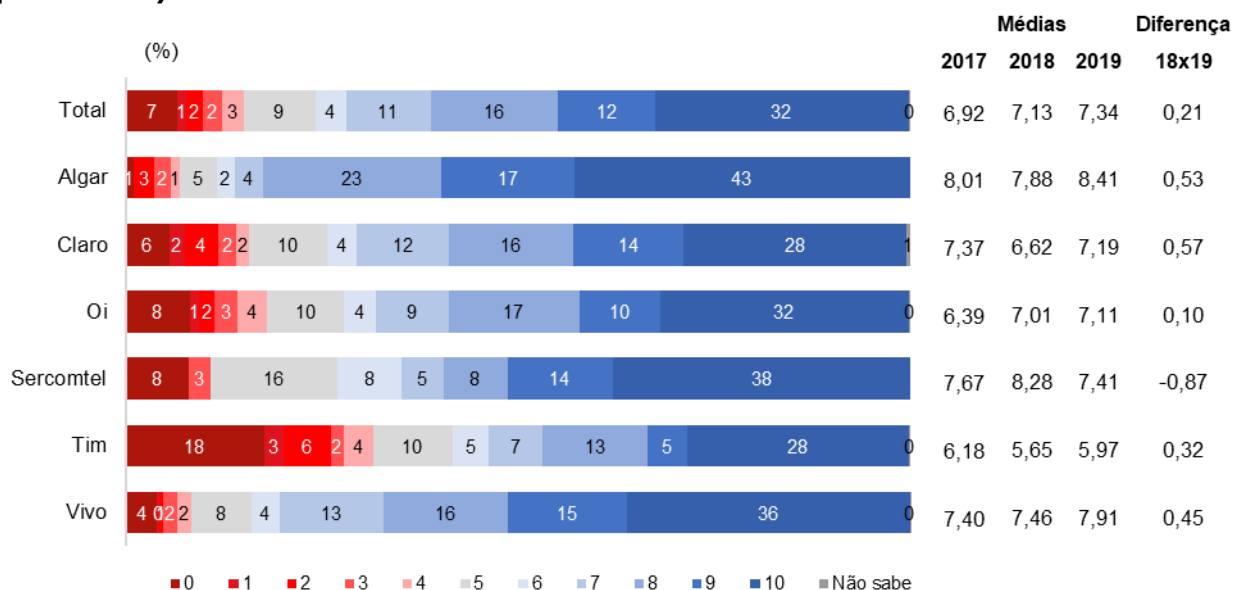
Gráfico 24 – Tempo de espera entre a solicitação de reparo e a visita do técnico (média e percentual)



F4_1. Tempo de espera entre a solicitação de reparo e a visita do técnico
Base de respondentes 2017: Total: 6651 | Algar: 198 | Claro: 1214 | Oi: 3345 | Sercomtel: 84 | Tim: 189 | Vivo: 1621
Base de respondentes 2018: Total: 4682 | Algar: 91 | Claro: 501 | Oi: 2941 | Sercomtel: 29* | Tim: 111 | Vivo: 1009 | * Base pequena
Base de respondentes 2019: Total: 4.441 | Algar: 82 | Claro: 613 | Oi: 2.564 | Sercomtel: 37 | Tim: 258 | Vivo: 887

Também há leve melhora no indicador de cumprimento do prazo acordado, que passa de 7,13 para 7,34:

Gráfico 25 – Cumprimento do prazo acordado para reparo na linha fixa (média e percentual)



F4_2. Cumprimento do prazo acordado

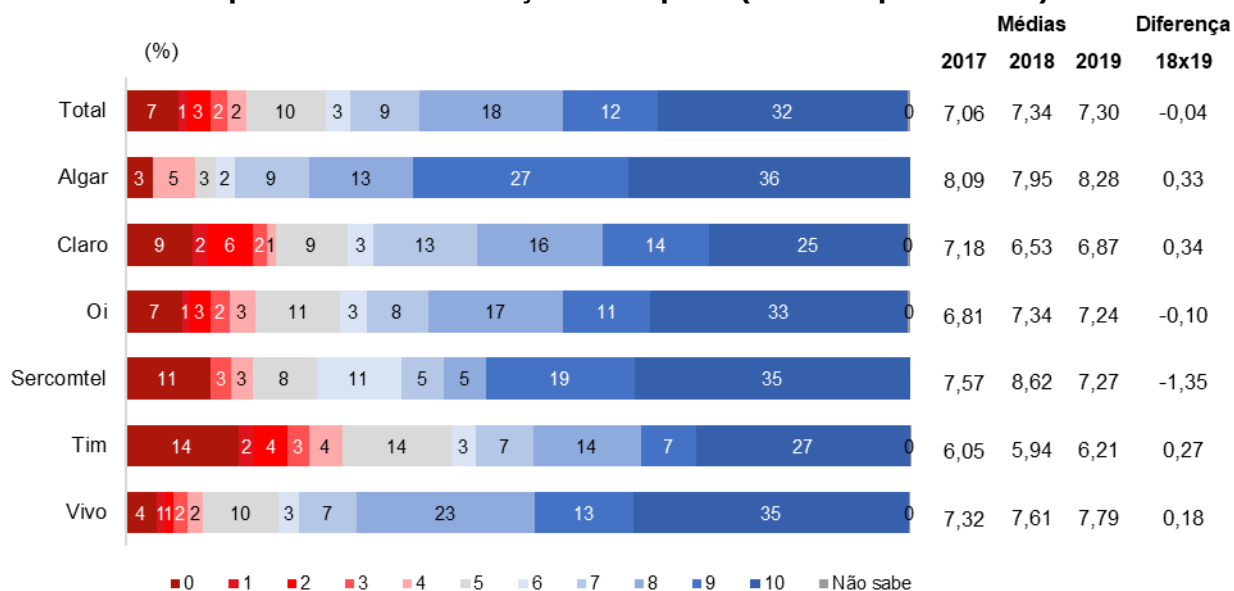
Base de respondentes 2017: Total: 6651 | Algar: 198 | Claro: 1214 | Oi: 3345 | Sercomtel: 84 | Tim: 189 | Vivo: 1621

Base de respondentes 2018: Total: 4682 | Algar: 91 | Claro: 501 | Oi: 2941 | Sercomtel: 29* | Tim: 111 | Vivo: 1009 | * Base pequena

Base de respondentes 2019: Total: 4.441 | Algar: 82 | Claro: 613 | Oi: 2.564 | Sercomtel: 37 | Tim: 258 | Vivo: 887

Em relação à capacidade de resolução do reparo, a percepção de qualidade é de 7,30:

Gráfico 26 – Capacidade de resolução do reparo (média e percentual)



F4_3. Capacidade de resolução do reparo

Base de respondentes 2017: Total: 6651 | Algar: 198 | Claro: 1214 | Oi: 3345 | Sercomtel: 84 | Tim: 189 | Vivo: 1621

Base de respondentes 2018: Total: 4682 | Algar: 91 | Claro: 501 | Oi: 2941 | Sercomtel: 29* | Tim: 111 | Vivo: 1009 | * Base pequena

Base de respondentes 2019: Total: 4.441 | Algar: 82 | Claro: 613 | Oi: 2.564 | Sercomtel: 37 | Tim: 258 | Vivo: 887

4.3. RANKING

Utilizando os resultados da Satisfação Geral e o teste de Tukey-Kramer, é possível ranquearmos as operadoras conforme seu desempenho dentro da Unidade da Federação:

Tabela 21 – Ranking Satisfação Geral STFC, por UF (média)

UF	OPERADORA	Média		Ranking	UF	OPERADORA	Média		Ranking	UF	OPERADORA	Média		Ranking
AC	OI	7,41	a	1	MA	CLARO/NET	7,71	a	1	PR	TIM	7,83	a	1
AC	CLARO/NET	7,37	a	1	MA	OI	6,88	b	2	PR	VIVO	7,76	a	1
AL	VIVO	7,76	a	1	MG	ALGAR	7,78	a	1	PR	OI	7,00	b	2
AL	OI	7,30	a	1	MG	CLARO/NET	7,61	a	1	RJ	VIVO	7,81	a	1
AL	CLARO/NET	7,18	a	1	MG	TIM	7,47	a	1	RJ	TIM	7,55	a	1
AM	CLARO/NET	7,48	a	1	MG	VIVO	7,41	a	1	RJ	CLARO/NET	7,53	a	1
AM	OI	7,05	a	1	MG	OI	6,69	b	2	RJ	OI	6,62	b	2
AP	OI	6,58	a	1	MS	CLARO/NET	7,57	a	1	RN	CLARO/NET	7,53	a	1
BA	CLARO/NET	7,57	a	1	MS	OI	7,46	a	1	RN	OI	7,07	a	1
BA	TIM	7,25	ab	2	MS	VIVO	7,15	a	1	RO	OI	6,64	a	1
BA	VIVO	7,06	ab	2	MT	CLARO/NET	7,50	a	1	RR	OI	6,38	a	1
BA	OI	6,70	b	2	MT	OI	7,34	a	1	RS	CLARO/NET	7,71	a	1
CE	CLARO/NET	7,57	a	1	MT	VIVO	7,02	a	1	RS	OI	7,56	a	1
CE	VIVO	7,20	a	1	PA	CLARO/NET	7,56	a	1	RS	VIVO	7,50	a	1
CE	OI	6,44	b	2	PA	OI	6,75	b	2	SC	VIVO	7,46	a	1
DF	CLARO/NET	7,41	a	1	PB	CLARO/NET	7,60	a	1	SC	OI	7,42	a	1
DF	VIVO	7,35	a	1	PB	VIVO	7,31	a	1	SC	CLARO/NET	6,89	a	1
DF	OI	7,19	a	1	PB	OI	7,12	a	1	SE	CLARO/NET	7,35	a	1
ES	CLARO/NET	7,81	a	1	PE	TIM	8,00	a	1	SE	VIVO	7,34	a	1
ES	VIVO	7,35	a	1	PE	VIVO	7,91	a	1	SE	OI	6,84	a	1
ES	OI	7,22	a	1	PE	CLARO/NET	7,38	a	1	SP	ALGAR	8,05	a	1
GO	ALGAR	7,86	a	1	PE	OI	6,76	b	2	SP	VIVO	7,32	b	2
GO	TIM	7,20	ab	2	PI	CLARO/NET	7,63	a	1	SP	TIM	7,26	b	2
GO	CLARO/NET	7,16	ab	2	PI	OI	7,00	b	2	SP	CLARO/NET	7,24	b	2
GO	VIVO	7,07	b	2	PR	CLARO/NET	8,00	a	1	TO	OI	7,05	a	1
GO	OI	7,05	b	2	PR	SERCOMTEL	7,94	a	1					

5. APÊNDICE

A seguir os resultados sociodemográficos e indicadores de satisfação e qualidade detalhados por UF.

Apêndice 1 – Satisfação Geral (média)

	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Base	13.784	414	3.468	5.857	154	1.099	2.792
Total	7,2	7,9	7,4	6,9	7,9	7,4	7,4
AC	7,4	-	7,4	7,4	-	-	-
AL	7,3	-	7,2	7,3	-	-	7,8
AM	7,3	-	7,5	7,0	-	-	-
AP	6,6	-	-	6,6	-	-	-
BA	7,0	-	7,6	6,7	-	7,2	7,1
CE	6,9	-	7,6	6,4	-	-	7,2
DF	7,3	-	7,4	7,2	-	-	7,4
ES	7,4	-	7,8	7,2	-	-	7,4
GO	7,1	7,9	7,2	7,1	-	7,2	7,1
MA	7,2	-	7,7	6,9	-	-	-
MG	7,1	7,8	7,6	6,7	-	7,5	7,4
MS	7,4	-	7,6	7,5	-	-	7,1
MT	7,3	-	7,5	7,3	-	-	7,0
PA	7,1	-	7,6	6,7	-	-	-
PB	7,3	-	7,6	7,1	-	-	7,3
PE	7,3	-	7,4	6,8	-	8,0	7,9
PI	7,1	-	7,6	7,0	-	-	-
PR	7,5	-	8,0	7,0	7,9	7,8	7,8
RJ	7,0	-	7,5	6,6	-	7,6	7,8
RN	7,3	-	7,5	7,1	-	-	-
RO	6,6	-	-	6,6	-	-	-
RR	6,4	-	-	6,4	-	-	-
RS	7,6	-	7,7	7,6	-	-	7,5
SC	7,3	-	6,9	7,4	-	-	7,5
SE	7,1	-	7,3	6,8	-	-	7,3
SP	7,3	8,1	7,2	-	-	7,3	7,3
TO	7,1	-	-	7,1	-	-	-

Apêndice 2 – Satisfação Geral (GAP 2018 vs 2019)

UF	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Total	0,1	-0,1	0,0	0,1	0,1	-0,1	0,3
AC	0,1	-	-0,6	0,3	-	-	-
AL	-0,1	-	-0,7	0,3	-	-	0,2
AM	-0,2	-	-0,3	0,0	-	-	-
AP	-0,6	-	-	-0,6	-	-	-
BA	0,3	-	-0,1	0,6	-	-0,6	-0,3
CE	0,0	-	-0,2	0,1	-	-	-0,2
DF	0,3	-	0,2	0,3	-	-	0,2
ES	0,0	-	-0,3	0,0	-	-	0,2
GO	0,0	-0,2	-0,3	0,0	-	-	0,0
MA	0,3	-	0,1	0,3	-	-	-
MG	0,0	-0,2	-0,2	0,1	-	0,2	0,0
MS	0,0	-	0,0	0,1	-	-	-0,4
MT	0,3	-	0,1	0,3	-	-	0,1
PA	0,1	-	-0,4	0,4	-	-	-
PB	0,0	-	0,2	0,1	-	-	-0,4
PE	0,1	-	-0,3	0,0	-	-0,3	0,6
PI	0,3	-	-0,2	0,4	-	-	-
PR	0,2	-	0,2	0,1	0,1	0,2	0,4
RJ	0,0	-	0,2	-0,1	-	-0,2	0,2
RN	0,1	-	-0,1	0,2	-	-	-
RO	-0,3	-	-	-0,3	-	-	-
RR	0,1	-	-	0,1	-	-	-
RS	0,3	-	-0,3	0,5	-	-	0,9
SC	0,0	-	-0,9	0,3	-	-	0,1
SE	-0,1	-	-0,1	-0,2	-	-	0,1
SP	0,2	0,0	0,0	-	-	0,0	0,3
TO	0,2	-	-	0,3	-	-	-

Apêndice 3 – Oferta e contratação (média)

	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Base	13.765	414	3.460	5.850	154	1.100	2.787
Total	6,9	7,8	7,0	6,5	7,6	7,3	7,2
AC	7,3	-	7,3	7,3	-	-	-
AL	7,1	-	7,0	7,0	-	-	7,6
AM	6,9	-	7,2	6,4	-	-	-
AP	6,5	-	-	6,5	-	-	-
BA	6,6	-	7,5	6,2	-	7,4	6,9
CE	6,7	-	7,4	6,1	-	-	7,1
DF	7,0	-	7,0	7,0	-	-	7,0
ES	7,2	-	7,4	6,9	-	-	7,3
GO	6,7	7,7	7,0	6,6	-	7,2	6,8
MA	6,8	-	7,2	6,6	-	-	-
MG	6,6	7,7	7,3	6,2	-	7,3	7,1
MS	7,1	-	7,1	7,1	-	-	7,0
MT	7,0	-	7,5	6,9	-	-	6,9
PA	6,8	-	7,3	6,5	-	-	-
PB	7,0	-	7,3	6,8	-	-	7,1
PE	7,0	-	7,1	6,5	-	7,8	7,7
PI	6,8	-	7,3	6,7	-	-	-
PR	7,1	-	7,5	6,7	7,6	7,7	7,4
RJ	6,6	-	7,2	6,1	-	7,5	7,9
RN	7,1	-	7,6	6,8	-	-	-
RO	6,3	-	-	6,3	-	-	-
RR	6,2	-	-	6,2	-	-	-
RS	7,3	-	7,2	7,2	-	-	7,5
SC	7,0	-	6,7	7,2	-	-	7,2
SE	6,8	-	7,1	6,6	-	-	7,0
SP	7,0	8,0	6,8	-	-	7,0	7,1
TO	6,5	-	-	6,5	-	-	-

Apêndice 4 – Oferta e Contratação (GAP 2018 vs 2019)

UF	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Total	0,1	0,0	-0,1	0,1	-0,1	-0,1	0,3
AC	0,2	-	-0,2	0,4	-	-	-
AL	0,0	-	-0,4	0,3	-	-	0,3
AM	-0,4	-	-0,4	-0,3	-	-	-
AP	-0,3	-	-	-0,3	-	-	-
BA	0,4	-	0,3	0,6	-	-0,3	-0,2
CE	0,1	-	-0,1	0,2	-	-	-0,2
DF	0,3	-	0,2	0,6	-	-	0,0
ES	0,2	-	-0,2	0,3	-	-	0,3
GO	0,1	-0,2	0,1	0,1	-	-	-0,1
MA	0,3	-	-0,2	0,5	-	-	-
MG	-0,2	0,0	-0,5	-0,1	-	0,2	-0,1
MS	0,0	-	0,0	0,0	-	-	-0,1
MT	0,3	-	0,5	0,3	-	-	0,1
PA	0,1	-	-0,4	0,4	-	-	-
PB	-0,1	-	0,1	0,1	-	-	-0,7
PE	0,2	-	-0,3	0,2	-	-0,2	0,5
PI	0,3	-	-0,3	0,5	-	-	-
PR	0,3	-	0,1	0,3	-0,1	0,4	0,6
RJ	0,0	-	0,2	-0,2	-	-0,2	0,5
RN	0,3	-	0,0	0,4	-	-	-
RO	-0,2	-	-	-0,2	-	-	-
RR	0,2	-	-	0,2	-	-	-
RS	0,3	-	-0,2	0,3	-	-	1,1
SC	0,0	-	-0,7	0,4	-	-	0,0
SE	-0,1	-	-0,2	0,1	-	-	-0,1
SP	0,1	-0,1	-0,1	-	-	-0,1	0,3
TO	0,2	-	-	0,3	-	-	-

Apêndice 5 – Funcionamento (média)

	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Base	13.789	414	3.466	5.862	154	1.102	2.791
Total	8,0	8,5	8,1	7,7	8,6	7,6	8,1
AC	8,0	-	8,2	7,9	-	-	-
AL	8,2	-	8,3	8,0	-	-	8,5
AM	7,8	-	8,1	7,3	-	-	-
AP	7,1	-	-	7,1	-	-	-
BA	7,6	-	8,1	7,4	-	7,4	7,9
CE	7,8	-	8,2	7,3	-	-	8,2
DF	8,3	-	8,3	8,3	-	-	8,3
ES	8,3	-	8,5	8,1	-	-	8,3
GO	8,2	8,5	8,1	8,3	-	7,7	8,1
MA	7,8	-	8,3	7,5	-	-	-
MG	7,9	8,5	8,2	7,7	-	7,3	8,2
MS	8,1	-	8,2	8,1	-	-	8,0
MT	8,1	-	8,3	8,0	-	-	8,0
PA	7,7	-	8,3	7,2	-	-	-
PB	8,0	-	8,2	7,6	-	-	8,2
PE	7,9	-	8,3	7,3	-	8,0	8,4
PI	7,9	-	8,2	7,8	-	-	-
PR	8,3	-	8,4	8,1	8,6	7,9	8,5
RJ	7,5	-	8,0	7,2	-	7,7	8,7
RN	7,9	-	8,4	7,6	-	-	-
RO	7,7	-	-	7,7	-	-	-
RR	7,4	-	-	7,4	-	-	-
RS	8,2	-	8,4	8,1	-	-	8,3
SC	8,2	-	8,1	8,3	-	-	8,2
SE	7,8	-	8,1	7,6	-	-	8,1
SP	8,0	8,6	8,0	-	-	7,5	8,0
TO	8,1	-	-	8,1	-	-	-

Apêndice 6 – Funcionamento (GAP 2018 vs 2019)

UF	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Total	0,0	-0,1	0,1	0,0	-0,1	0,0	0,1
AC	0,1	-	0,0	0,1	-	-	-
AL	0,0	-	-0,2	0,0	-	-	0,3
AM	-0,2	-	-0,2	-0,3	-	-	-
AP	-0,5	-	-	-0,5	-	-	-
BA	0,1	-	0,0	0,3	-	-0,6	-0,3
CE	-0,1	-	-0,1	-0,2	-	-	0,1
DF	0,3	-	0,5	0,3	-	-	0,0
ES	0,1	-	-0,1	-0,1	-	-	0,3
GO	0,0	-0,3	-0,1	0,1	-	-	-0,2
MA	0,4	-	0,2	0,5	-	-	-
MG	-0,1	-0,2	0,0	-0,1	-	0,1	0,0
MS	-0,3	-	-0,2	-0,2	-	-	-0,3
MT	0,1	-	0,2	0,1	-	-	0,0
PA	0,1	-	0,2	0,1	-	-	-
PB	-0,1	-	0,1	-0,1	-	-	-0,3
PE	0,0	-	-0,1	-0,2	-	-0,3	0,3
PI	0,0	-	-0,2	0,1	-	-	-
PR	0,2	-	0,0	0,1	-0,1	0,5	0,4
RJ	-0,2	-	0,2	-0,4	-	-0,3	0,5
RN	0,2	-	0,3	0,2	-	-	-
RO	-0,2	-	-	-0,2	-	-	-
RR	0,3	-	-	0,3	-	-	-
RS	0,2	-	0,0	0,1	-	-	0,7
SC	0,1	-	-0,2	0,2	-	-	0,0
SE	-0,2	-	-0,1	-0,3	-	-	0,1
SP	0,0	0,0	0,1	-	-	0,2	0,0
TO	0,1	-	-	0,1	-	-	-

Apêndice 7 – Cobrança (média)

	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Base	13.708	411	3.433	5.842	153	1.093	2.776
Total	7,3	8,1	7,6	7,0	8,3	7,8	7,5
AC	7,4	-	7,7	7,3	-	-	-
AL	7,4	-	7,5	7,3	-	-	7,6
AM	7,5	-	7,8	7,1	-	-	-
AP	6,9	-	-	6,9	-	-	-
BA	7,1	-	8,0	6,7	-	7,9	7,2
CE	7,0	-	7,7	6,5	-	-	7,3
DF	7,3	-	7,3	7,2	-	-	7,3
ES	7,4	-	7,8	7,3	-	-	7,3
GO	7,2	8,0	7,6	7,1	-	7,7	7,0
MA	7,3	-	7,9	7,1	-	-	-
MG	7,1	8,1	7,8	6,6	-	7,9	7,4
MS	7,4	-	7,6	7,3	-	-	7,3
MT	7,5	-	8,0	7,4	-	-	7,1
PA	7,3	-	8,0	6,9	-	-	-
PB	7,6	-	7,9	7,2	-	-	7,6
PE	7,2	-	7,5	6,5	-	8,2	7,9
PI	7,1	-	7,6	7,0	-	-	-
PR	7,5	-	7,8	7,2	8,3	8,3	7,4
RJ	7,0	-	7,3	6,7	-	7,9	8,0
RN	7,4	-	7,7	7,2	-	-	-
RO	7,1	-	-	7,1	-	-	-
RR	6,8	-	-	6,8	-	-	-
RS	7,6	-	7,7	7,6	-	-	7,6
SC	7,4	-	7,0	7,5	-	-	7,6
SE	7,3	-	7,8	7,0	-	-	7,2
SP	7,5	8,2	7,5	-	-	7,7	7,5
TO	7,1	-	-	7,1	-	-	-

Apêndice 8 – Cobrança (GAP 2018 vs 2019)

UF	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Total	0,1	0,1	-0,1	0,3	0,1	-0,2	0,2
AC	0,3	-	-0,1	0,4	-	-	-
AL	-0,2	-	-0,6	0,2	-	-	-0,3
AM	0,1	-	-0,2	0,3	-	-	-
AP	0,0	-	-	0,0	-	-	-
BA	0,5	-	0,4	0,8	-	-0,1	-0,3
CE	0,1	-	-0,2	0,4	-	-	-0,3
DF	0,2	-	0,1	0,6	-	-	0,1
ES	0,1	-	0,0	0,3	-	-	-0,1
GO	0,2	0,0	0,3	0,2	-	-	-0,2
MA	0,5	-	0,0	0,7	-	-	-
MG	0,1	0,1	-0,3	0,3	-	0,2	-0,2
MS	-0,1	-	0,0	-0,1	-	-	-0,1
MT	0,4	-	0,5	0,5	-	-	-0,3
PA	0,2	-	-0,1	0,4	-	-	-
PB	0,1	-	0,4	0,1	-	-	-0,3
PE	0,1	-	-0,3	0,1	-	-0,2	0,4
PI	0,5	-	-0,2	0,7	-	-	-
PR	0,1	-	-0,2	0,4	0,1	0,3	-0,3
RJ	0,1	-	0,0	0,2	-	-0,4	0,3
RN	0,4	-	0,2	0,5	-	-	-
RO	0,4	-	-	0,4	-	-	-
RR	0,5	-	-	0,5	-	-	-
RS	0,2	-	-0,3	0,3	-	-	0,7
SC	-0,1	-	-0,9	0,4	-	-	-0,1
SE	0,2	-	-0,1	0,6	-	-	-0,1
SP	0,1	0,3	-0,1	-	-	-0,1	0,3
TO	0,3	-	-	0,4	-	-	-

Apêndice 9 – Canais de atendimento (média)

	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Base	11.261	320	2.799	4.819	116	901	2.306
Total	7,2	7,9	7,1	7,0	8,0	7,0	7,3
AC	7,6	-	7,4	7,7	-	-	-
AL	7,4	-	7,4	7,3	-	-	7,9
AM	7,4	-	7,7	6,9	-	-	-
AP	6,9	-	-	6,9	-	-	-
BA	7,0	-	7,5	6,7	-	7,1	7,2
CE	6,9	-	7,3	6,4	-	-	7,4
DF	7,3	-	7,1	7,5	-	-	7,2
ES	7,5	-	7,4	7,5	-	-	7,6
GO	7,2	8,0	7,2	7,2	-	7,2	7,0
MA	7,2	-	7,5	7,1	-	-	-
MG	7,1	7,8	7,4	6,8	-	7,4	7,4
MS	7,3	-	7,3	7,3	-	-	7,2
MT	7,2	-	7,2	7,2	-	-	7,3
PA	7,3	-	7,8	7,0	-	-	-
PB	7,5	-	7,4	7,6	-	-	7,6
PE	7,3	-	7,3	6,9	-	8,1	7,9
PI	7,2	-	7,7	7,0	-	-	-
PR	7,4	-	7,5	7,2	8,0	7,9	7,6
RJ	6,8	-	7,0	6,6	-	7,1	7,8
RN	7,3	-	7,7	7,0	-	-	-
RO	7,1	-	-	7,1	-	-	-
RR	6,9	-	-	6,9	-	-	-
RS	7,6	-	7,7	7,6	-	-	7,5
SC	7,5	-	7,0	7,6	-	-	7,8
SE	7,3	-	7,4	7,1	-	-	7,5
SP	7,1	7,9	6,9	-	-	6,7	7,2
TO	7,0	-	-	7,0	-	-	-

Apêndice 10 – Canais de atendimento (GAP 2018 vs 2019)

UF	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Total	0,0	-0,2	-0,2	0,1	-0,2	-0,2	0,2
AC	0,2	-	-0,5	0,5	-	-	-
AL	-0,1	-	-0,5	0,2	-	-	0,4
AM	-0,1	-	0,0	-0,3	-	-	-
AP	-0,1	-	-	-0,1	-	-	-
BA	0,1	-	0,0	0,2	-	-0,8	-0,2
CE	-0,3	-	-0,5	-0,2	-	-	-0,3
DF	0,3	-	-0,1	0,7	-	-	0,4
ES	0,4	-	0,0	0,4	-	-	0,7
GO	0,0	-0,2	0,0	0,1	-	-	-0,1
MA	0,2	-	-0,1	0,4	-	-	-
MG	-0,1	-0,2	-0,3	0,0	-	0,5	-0,1
MS	-0,2	-	-0,2	-0,2	-	-	-0,1
MT	0,1	-	0,0	0,1	-	-	0,2
PA	0,2	-	-0,2	0,4	-	-	-
PB	0,0	-	0,1	0,2	-	-	-0,3
PE	0,0	-	-0,3	-0,1	-	0,2	0,3
PI	0,1	-	0,1	0,1	-	-	-
PR	0,2	-	-0,2	0,2	-0,2	0,7	0,4
RJ	-0,3	-	-0,5	-0,3	-	-0,4	0,3
RN	0,1	-	0,0	0,1	-	-	-
RO	0,0	-	-	0,0	-	-	-
RR	0,3	-	-	0,3	-	-	-
RS	0,3	-	-0,2	0,4	-	-	0,7
SC	0,2	-	-0,5	0,4	-	-	0,5
SE	0,0	-	0,2	-0,2	-	-	0,3
SP	0,0	-0,3	-0,2	-	-	-0,2	0,2
TO	-0,1	-	-	0,0	-	-	-

Apêndice 11 – Canais de atendimento - telefônico (média)

	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Base	9.676	261	2.373	4.245	103	746	1.948
Total	7,1	7,9	6,9	7,0	8,1	6,9	7,4
AC	7,5	-	7,3	7,6	-	-	-
AL	7,3	-	7,3	7,1	-	-	7,9
AM	7,2	-	7,4	6,9	-	-	-
AP	6,9	-	-	6,9	-	-	-
BA	6,9	-	7,5	6,6	-	6,9	7,2
CE	6,8	-	7,3	6,1	-	-	7,5
DF	7,3	-	7,0	7,5	-	-	7,4
ES	7,4	-	7,3	7,5	-	-	7,3
GO	7,2	7,9	7,1	7,3	-	6,9	7,0
MA	7,1	-	7,5	7,0	-	-	-
MG	7,1	7,9	7,3	6,9	-	7,0	7,3
MS	7,3	-	7,2	7,4	-	-	7,1
MT	7,3	-	7,3	7,3	-	-	7,2
PA	7,2	-	7,8	6,8	-	-	-
PB	7,4	-	7,4	7,3	-	-	7,7
PE	7,3	-	7,1	6,9	-	7,9	8,1
PI	7,1	-	7,7	7,0	-	-	-
PR	7,4	-	7,3	7,3	8,1	7,7	7,7
RJ	6,7	-	6,8	6,6	-	7,1	7,7
RN	7,2	-	7,5	7,0	-	-	-
RO	7,0	-	-	7,0	-	-	-
RR	6,8	-	-	6,8	-	-	-
RS	7,5	-	7,7	7,5	-	-	7,4
SC	7,4	-	6,7	7,6	-	-	7,9
SE	7,0	-	7,1	6,8	-	-	7,4
SP	7,0	8,0	6,6	-	-	6,6	7,4
TO	7,1	-	-	7,1	-	-	-

Apêndice 12 – Canais de atendimento - telefônico (GAP 2018 vs 2019)

UF	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Total	0,0	-0,2	-0,3	0,0	-0,1	-0,1	0,3
AC	0,1	-	-0,6	0,4	-	-	-
AL	-0,1	-	-0,5	-0,1	-	-	0,4
AM	-0,3	-	-0,3	-0,3	-	-	-
AP	0,0	-	-	0,0	-	-	-
BA	0,1	-	0,1	0,1	-	-0,9	-0,2
CE	-0,4	-	-0,5	-0,5	-	-	-0,3
DF	0,4	-	-0,1	0,8	-	-	0,5
ES	0,4	-	0,1	0,3	-	-	0,6
GO	0,0	-0,4	0,1	0,1	-	-	-0,2
MA	0,4	-	0,1	0,5	-	-	-
MG	0,0	-0,2	-0,4	0,2	-	0,3	0,0
MS	-0,2	-	-0,2	-0,2	-	-	-0,2
MT	0,2	-	0,3	0,2	-	-	0,0
PA	0,3	-	-0,2	0,5	-	-	-
PB	0,0	-	0,3	0,0	-	-	-0,2
PE	0,1	-	-0,6	0,0	-	0,0	0,5
PI	0,0	-	0,1	0,0	-	-	-
PR	0,1	-	-0,3	0,1	-0,1	0,7	0,4
RJ	-0,5	-	-0,7	-0,4	-	-0,3	0,2
RN	0,1	-	0,1	0,1	-	-	-
RO	-0,1	-	-	-0,1	-	-	-
RR	0,3	-	-	0,3	-	-	-
RS	0,3	-	-0,1	0,3	-	-	0,8
SC	0,1	-	-0,9	0,4	-	-	0,3
SE	-0,2	-	0,0	-0,6	-	-	0,3
SP	0,0	-0,3	-0,2	-	-	0,0	0,3
TO	-0,1	-	-	-0,1	-	-	-

Apêndice 13 – Capacidade de resolução (média)

	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Base	8.816	211	2.112	4.018	66	625	1.784
Total	6,2	7,0	6,2	6,1	7,3	6,0	6,3
AC	6,8	-	6,6	7,0	-	-	-
AL	6,7	-	6,6	6,7	-	-	6,9
AM	6,6	-	6,8	6,3	-	-	-
AP	6,2	-	-	6,2	-	-	-
BA	6,1	-	6,7	5,9	-	5,8	6,4
CE	6,3	-	6,6	5,7	-	-	6,9
DF	6,4	-	6,2	6,2	-	-	6,7
ES	6,3	-	5,8	6,5	-	-	6,7
GO	5,9	7,3	5,9	5,9	-	5,9	6,0
MA	6,4	-	7,0	6,1	-	-	-
MG	6,0	7,0	6,2	5,7	-	5,9	6,4
MS	6,4	-	6,2	6,4	-	-	6,5
MT	6,2	-	6,7	6,0	-	-	6,0
PA	6,3	-	6,8	6,1	-	-	-
PB	6,5	-	6,7	6,2	-	-	6,8
PE	6,3	-	6,5	6,0	-	6,3	6,9
PI	6,3	-	6,5	6,3	-	-	-
PR	6,5	-	6,5	6,1	7,3	6,8	7,0
RJ	6,1	-	6,1	6,0	-	6,0	7,2
RN	6,3	-	6,7	6,2	-	-	-
RO	5,9	-	-	5,9	-	-	-
RR	6,0	-	-	6,0	-	-	-
RS	6,8	-	6,7	6,8	-	-	6,7
SC	6,5	-	5,8	6,8	-	-	6,7
SE	6,2	-	6,5	6,0	-	-	6,6
SP	6,1	6,8	6,0	-	-	6,0	6,1
TO	6,2	-	-	6,2	-	-	-

Apêndice 14 – Capacidade de resolução (GAP 2018 vs 2019)

UF	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Total	0,0	-0,4	-0,1	0,2	0,0	0,3	-0,1
AC	0,6	-	0,1	0,9	-	-	-
AL	0,2	-	-0,3	0,5	-	-	0,2
AM	0,2	-	-0,1	0,3	-	-	-
AP	0,0	-	-	0,0	-	-	-
BA	0,2	-	0,6	0,2	-	-0,4	-0,5
CE	-0,1	-	-0,3	-0,2	-	-	0,1
DF	0,1	-	-0,3	0,5	-	-	0,3
ES	0,2	-	-1,0	0,7	-	-	0,5
GO	-0,2	0,3	0,3	-0,1	-	-	-0,5
MA	0,3	-	0,2	0,3	-	-	-
MG	-0,1	-0,4	-0,2	0,0	-	0,1	-0,2
MS	0,0	-	0,2	0,0	-	-	0,0
MT	0,1	-	0,6	0,1	-	-	-0,5
PA	0,7	-	-0,1	1,0	-	-	-
PB	-0,3	-	0,1	-0,2	-	-	-0,7
PE	0,1	-	0,2	0,1	-	-0,9	-0,1
PI	0,6	-	-0,2	0,7	-	-	-
PR	0,2	-	-0,6	0,4	0,0	1,3	0,3
RJ	0,2	-	0,5	0,1	-	-0,1	0,3
RN	0,4	-	0,5	0,3	-	-	-
RO	-0,5	-	-	-0,5	-	-	-
RR	-0,1	-	-	-0,1	-	-	-
RS	0,5	-	0,3	0,3	-	-	1,1
SC	0,1	-	-0,8	0,5	-	-	0,3
SE	0,0	-	0,3	-0,2	-	-	0,3
SP	-0,3	-0,6	-0,2	-	-	0,7	-0,4
TO	0,2	-	-	0,2	-	-	-

Apêndice 15 – Reparo e instalação (média)

	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Base	5.193	102	840	2.812	43	346	1.050
Total	7,4	8,4	7,2	7,3	7,5	6,4	7,9
AC	7,8	-	7,8	7,8	-	-	-
AL	8,1	-	7,8	8,1	-	-	8,6
AM	6,9	-	6,8	6,9	-	-	-
AP	6,9	-	-	6,9	-	-	-
BA	7,1	-	7,5	7,1	-	6,5	6,7
CE	7,1	-	7,0	7,0	-	-	7,4
DF	7,5	-	7,4	7,7	-	-	7,1
ES	7,8	-	7,3	7,9	-	-	8,0
GO	7,3	7,7	7,1	7,3	-	7,0	7,3
MA	7,4	-	7,6	7,4	-	-	-
MG	7,4	8,6	7,9	7,2	-	5,6	7,4
MS	8,1	-	8,0	8,3	-	-	7,7
MT	7,5	-	7,5	7,5	-	-	7,5
PA	7,3	-	8,3	7,0	-	-	-
PB	7,5	-	7,3	7,7	-	-	7,5
PE	7,5	-	7,4	7,4	-	8,0	7,7
PI	7,5	-	8,1	7,4	-	-	-
PR	7,6	-	7,5	7,2	7,5	8,2	8,5
RJ	7,1	-	7,5	7,0	-	6,5	8,5
RN	7,1	-	7,5	7,1	-	-	-
RO	7,7	-	-	7,7	-	-	-
RR	7,4	-	-	7,4	-	-	-
RS	7,7	-	7,3	7,7	-	-	7,8
SC	7,8	-	7,5	7,9	-	-	8,0
SE	7,7	-	7,5	7,9	-	-	7,6
SP	7,5	7,9	6,9	-	-	6,2	7,9
TO	7,3	-	-	7,3	-	-	-

Apêndice 16 – Reparo e instalação (GAP 2018 vs 2019)

UF	Total	Algar	Claro	Oi	Sercomtel	Tim	Vivo
Total	0,1	0,3	0,0	0,1	-0,8	-0,2	0,2
AC	0,3	-	0,6	0,3	-	-	-
AL	0,3	-	-0,1	0,5	-	-	0,5
AM	-0,4	-	-1,0	-0,1	-	-	-
AP	-0,3	-	-	-0,3	-	-	-
BA	0,3	-	0,1	0,5	-	0,0	-0,5
CE	-0,3	-	-0,8	-0,1	-	-	-0,3
DF	0,4	-	0,1	0,5	-	-	0,4
ES	0,3	-	0,1	0,1	-	-	0,7
GO	-0,1	-0,5	-0,1	-0,2	-	-	0,0
MA	1,1	-	0,4	1,2	-	-	-
MG	-0,1	0,7	0,3	-0,2	-	0,2	-0,3
MS	0,4	-	0,3	0,5	-	-	0,2
MT	0,4	-	0,6	0,4	-	-	0,3
PA	0,6	-	0,1	0,5	-	-	-
PB	-0,3	-	-1,1	0,1	-	-	-0,7
PE	0,5	-	-0,5	0,7	-	0,8	0,4
PI	0,8	-	0,6	0,8	-	-	-
PR	0,0	-	-0,3	-0,3	-0,8	1,1	0,8
RJ	0,1	-	0,7	0,1	-	-0,5	0,8
RN	-0,1	-	0,2	-0,2	-	-	-
RO	0,4	-	-	0,4	-	-	-
RR	1,1	-	-	1,1	-	-	-
RS	0,4	-	-0,6	0,3	-	-	1,6
SC	0,0	-	-0,5	0,2	-	-	-0,2
SE	0,0	-	-0,3	0,1	-	-	0,1
SP	-0,1	-0,4	0,0	-	-	-0,1	0,2
TO	-0,1	-	-	-0,2	-	-	-

Apêndice 17 – Gênero e idade – Total

UF	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	42%	58%	7%	9%	11%	12%	21%	32%	8%	46,7
AL	39%	61%	6%	6%	7%	12%	22%	38%	9%	49,3
AM	46%	54%	5%	8%	10%	14%	26%	31%	6%	46,6
AP	39%	61%	9%	8%	11%	10%	19%	35%	8%	47,3
BA	38%	62%	7%	7%	7%	10%	22%	38%	10%	49,7
CE	34%	66%	5%	8%	8%	11%	22%	40%	7%	49,0
DF	39%	61%	8%	7%	8%	9%	24%	36%	8%	48,6
ES	40%	60%	8%	7%	7%	11%	18%	39%	9%	49,3
GO	31%	69%	7%	5%	9%	12%	25%	36%	5%	47,3
MA	39%	61%	7%	8%	11%	11%	22%	33%	9%	47,5
MG	34%	66%	4%	9%	6%	9%	19%	42%	12%	51,1
MS	34%	66%	6%	8%	7%	9%	21%	38%	12%	50,5
MT	36%	64%	6%	7%	6%	13%	24%	37%	7%	48,4
PA	36%	64%	6%	9%	9%	9%	21%	36%	9%	48,9
PB	42%	58%	6%	7%	8%	8%	20%	41%	9%	49,8
PE	36%	64%	5%	4%	7%	12%	21%	39%	12%	50,9
PI	33%	67%	9%	7%	8%	11%	23%	38%	4%	47,0
PR	31%	69%	7%	10%	7%	9%	20%	39%	9%	49,2
RJ	28%	72%	4%	5%	7%	9%	19%	44%	12%	52,8
RN	35%	65%	3%	6%	10%	12%	23%	37%	9%	49,7
RO	33%	67%	10%	8%	7%	12%	29%	29%	6%	46,0
RR	37%	63%	8%	15%	9%	12%	21%	29%	5%	44,5
RS	31%	69%	4%	5%	4%	8%	20%	45%	14%	53,2
SC	36%	64%	5%	5%	7%	11%	23%	42%	7%	49,5
SE	37%	63%	6%	8%	6%	10%	19%	41%	9%	50,0
SP	31%	69%	4%	4%	6%	11%	20%	45%	9%	51,6
TO	36%	64%	10%	9%	7%	11%	26%	32%	6%	45,7

Apêndice 18 – Gênero e idade – Algar

UF	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										
AL										
AM										
AP										
BA										
CE										
DF										
ES										
GO	30%	70%	5%	7%	4%	9%	21%	41%	13%	51,2
MA										
MG	33%	67%	4%	8%	5%	11%	21%	41%	11%	51,2
MS										
MT										
PA										
PB										
PE										
PI										
PR										
RJ										
RN										
RO										
RR										
RS										
SC										
SE										
SP	38%	62%	7%	5%	8%	7%	20%	47%	8%	50,7
TO										

Apêndice 19 – Gênero e idade – Claro

UF	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	49%	51%	7%	7%	16%	12%	18%	33%	7%	46,3
AL	45%	55%	5%	6%	9%	15%	22%	35%	8%	48,6
AM	51%	49%	4%	7%	12%	14%	27%	32%	5%	46,4
AP										
BA	41%	59%	5%	6%	9%	7%	23%	41%	9%	50,7
CE	44%	56%	4%	5%	6%	9%	23%	45%	8%	50,5
DF	42%	58%	6%	7%	7%	9%	26%	36%	8%	49,1
ES	49%	51%	8%	7%	9%	9%	17%	40%	10%	49,6
GO	36%	64%	5%	4%	14%	11%	21%	36%	9%	49,4
MA	48%	52%	7%	12%	10%	11%	20%	32%	9%	46,5
MG	40%	60%	4%	8%	4%	8%	18%	47%	11%	51,7
MS	43%	57%	4%	6%	6%	10%	29%	33%	13%	50,7
MT	45%	55%	4%	10%	6%	9%	31%	35%	4%	47,2
PA	38%	62%	3%	8%	9%	12%	22%	37%	9%	49,7
PB	52%	48%	5%	5%	8%	14%	20%	40%	7%	49,0
PE	44%	56%	4%	4%	6%	15%	26%	37%	8%	49,4
PI	43%	57%	7%	16%	9%	10%	18%	34%	5%	45,7
PR	36%	64%	7%	12%	6%	6%	23%	39%	7%	48,8
RJ	29%	71%	3%	5%	7%	7%	28%	40%	12%	51,8
RN	46%	54%	4%	6%	12%	12%	25%	33%	9%	48,4
RO										
RR										
RS	36%	64%	7%	7%	4%	9%	21%	43%	10%	50,6
SC	46%	54%	6%	3%	10%	14%	25%	38%	5%	47,9
SE	42%	58%	6%	6%	7%	12%	19%	44%	7%	50,1
SP	30%	70%	3%	6%	4%	16%	23%	41%	7%	49,5
TO										

Apêndice 20 – Gênero e idade – Oi

UF	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	39%	61%	7%	10%	9%	12%	23%	32%	8%	46,9
AL	34%	66%	7%	4%	5%	11%	21%	41%	11%	51,0
AM	38%	62%	8%	9%	8%	13%	24%	31%	8%	47,0
AP	39%	61%	9%	8%	11%	10%	19%	35%	8%	47,3
BA	35%	65%	7%	7%	6%	11%	21%	38%	11%	49,8
CE	32%	68%	5%	8%	7%	9%	22%	39%	10%	49,9
DF	38%	62%	8%	5%	7%	6%	23%	42%	10%	50,4
ES	33%	67%	8%	5%	5%	12%	18%	44%	8%	50,6
GO	29%	71%	7%	5%	7%	14%	27%	35%	4%	46,9
MA	35%	65%	7%	6%	11%	11%	23%	34%	8%	47,9
MG	30%	70%	4%	8%	7%	9%	19%	41%	13%	51,3
MS	29%	71%	6%	9%	7%	7%	15%	40%	15%	51,7
MT	33%	67%	6%	6%	6%	14%	23%	38%	8%	48,9
PA	34%	66%	8%	9%	10%	8%	21%	36%	9%	48,3
PB	34%	66%	5%	8%	5%	4%	19%	45%	13%	53,0
PE	28%	72%	7%	4%	8%	7%	19%	41%	14%	52,0
PI	31%	69%	9%	4%	7%	12%	24%	39%	4%	47,4
PR	27%	73%	7%	7%	5%	7%	22%	41%	11%	51,4
RJ	26%	74%	5%	4%	6%	10%	14%	47%	13%	53,9
RN	28%	72%	3%	5%	8%	12%	22%	40%	9%	50,5
RO	33%	67%	10%	8%	7%	12%	29%	29%	6%	46,0
RR	37%	63%	8%	15%	9%	12%	21%	29%	5%	44,5
RS	29%	71%	2%	5%	4%	9%	18%	47%	16%	55,2
SC	32%	68%	4%	4%	6%	10%	21%	45%	9%	51,0
SE	33%	67%	5%	9%	3%	9%	20%	44%	10%	51,2
SP										
TO	36%	64%	10%	9%	7%	11%	26%	32%	6%	45,7

Apêndice 21 – Gênero e idade – Sercomtel

UF	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										
AL										
AM										
AP										
BA										
CE										
DF										
ES										
GO										
MA										
MG										
MS										
MT										
PA										
PB										
PE										
PI										
PR	22%	78%	3%	10%	10%	8%	23%	39%	8%	49,3
RJ										
RN										
RO										
RR										
RS										
SC										
SE										
SP										
TO										

Apêndice 22 – Gênero e idade – Tim

UF	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										
AL										
AM										
AP										
BA	55%	45%	6%	6%	8%	12%	20%	42%	7%	50,0
CE										
DF										
ES										
GO	43%	57%	10%	6%	10%	10%	26%	32%	6%	46,3
MA										
MG	45%	55%	2%	2%	6%	12%	19%	45%	13%	53,8
MS										
MT										
PA										
PB										
PE	48%	52%	4%	6%	13%	8%	22%	40%	7%	49,4
PI										
PR	49%	51%	1%	4%	9%	8%	24%	43%	10%	52,3
RJ	37%	63%	4%	6%	12%	8%	23%	41%	6%	49,2
RN										
RO										
RR										
RS										
SC										
SE										
SP	44%	56%	6%	6%	15%	11%	29%	30%	3%	45,1
TO										

Apêndice 23 – Gênero e idade – Vivo

UF	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										
AL	41%	59%	5%	14%	9%	10%	22%	33%	7%	46,6
AM										
AP										
BA	44%	56%	8%	8%	8%	10%	24%	33%	10%	48,0
CE	32%	68%	4%	7%	11%	15%	21%	39%	3%	47,1
DF	37%	63%	10%	8%	9%	13%	25%	30%	5%	45,4
ES	42%	58%	9%	11%	9%	12%	19%	29%	10%	46,7
GO	37%	63%	10%	7%	11%	6%	22%	39%	5%	47,0
MA										
MG	37%	63%	6%	15%	7%	10%	21%	34%	8%	47,1
MS	36%	64%	7%	9%	9%	10%	26%	37%	3%	47,0
MT	38%	62%	9%	8%	11%	11%	19%	36%	7%	47,3
PA										
PB	42%	58%	9%	9%	14%	7%	22%	34%	4%	45,7
PE	42%	58%	5%	5%	7%	16%	20%	36%	11%	50,3
PI										
PR	36%	64%	6%	12%	12%	14%	15%	35%	5%	46,0
RJ	30%	70%	3%	7%	6%	10%	23%	43%	7%	50,7
RN										
RO										
RR										
RS	29%	71%	6%	4%	5%	6%	22%	44%	12%	52,0
SC	37%	63%	6%	10%	9%	10%	25%	35%	5%	46,9
SE	41%	59%	9%	11%	11%	10%	18%	33%	8%	46,4
SP	30%	70%	4%	3%	8%	8%	17%	49%	11%	53,6
TO										

Renda familiar – Total

UF	Até R\$ 1.908,00	De R\$ 1.908,00 até R\$ 3.816,00	De R\$ 3.816,00 até R\$ 5.724,00	De R\$ 5.724,00 até R\$ 9.540,00	Acima de R\$ 9.540,00	Sem renda	Recusa/ Não respondeu	Média
AC	22%	25%	12%	12%	14%	1%	14%	7.052,59
AL	22%	20%	15%	11%	13%	0%	18%	5.995,17
AM	21%	27%	16%	6%	17%	1%	12%	6.353,33
AP	24%	25%	16%	13%	11%	1%	11%	6.106,86
BA	26%	23%	15%	8%	9%	1%	18%	5.079,90
CE	20%	29%	14%	10%	11%	1%	15%	5.751,92
DF	14%	20%	12%	13%	23%	0%	19%	8.779,15
ES	21%	26%	13%	9%	12%	0%	19%	5.392,48
GO	23%	29%	15%	7%	8%	1%	17%	4.481,72
MA	23%	27%	13%	11%	10%	1%	15%	5.249,42
MG	23%	25%	17%	8%	8%	0%	19%	4.507,19
MS	22%	23%	17%	8%	9%	2%	19%	4.899,04
MT	19%	26%	15%	10%	11%	0%	19%	5.257,73
PA	24%	22%	12%	13%	15%		14%	6.864,08
PB	23%	22%	16%	11%	12%	1%	17%	5.469,03
PE	23%	24%	10%	9%	14%	1%	19%	6.515,99
PI	22%	27%	14%	9%	12%	1%	14%	5.393,05
PR	24%	27%	13%	8%	8%	1%	18%	4.279,55
RJ	20%	26%	11%	8%	10%	1%	23%	5.219,74
RN	27%	26%	12%	8%	10%	1%	15%	5.261,69
RO	28%	33%	14%	6%	7%		12%	4.715,48
RR	28%	24%	12%	15%	7%	0%	14%	5.401,48
RS	19%	28%	15%	11%	8%	0%	19%	4.795,98
SC	22%	29%	14%	8%	8%	0%	19%	4.643,00
SE	23%	21%	13%	11%	14%	1%	17%	6.171,77
SP	21%	28%	12%	8%	8%	2%	21%	5.348,19
TO	28%	26%	9%	11%	7%	1%	18%	4.348,47

Renda familiar – Algar

UF	Até R\$ 1.908,00	De R\$ 1.908,00 até R\$ 3.816,00	De R\$ 3.816,00 até R\$ 5.724,00	De R\$ 5.724,00 até R\$ 9.540,00	Acima de R\$ 9.540,00	Sem renda	Recusa/ Não respondeu	Média
AC								
AL								
AM								
AP								
BA								
CE								
DF								
ES								
GO	20%	34%	13%	7%	5%		20%	3.791,96
MA								
MG	20%	24%	17%	6%	11%	1%	22%	4.830,45
MS								
MT								
PA								
PB								
PE								
PI								
PR								
RJ								
RN								
RO								
RR								
RS								
SC								
SE								
SP	14%	39%	17%	7%	5%	1%	17%	3.792,09
TO								

Renda familiar – Claro

UF	Até R\$ 1.908,00	De R\$ 1.908,00 até R\$ 3.816,00	De R\$ 3.816,00 até R\$ 5.724,00	De R\$ 5.724,00 até R\$ 9.540,00	Acima de R\$ 9.540,00	Sem renda	Recusa/ Não respondeu	Média
AC	9%	23%	7%	13%	26%	1%	21%	9.433,56
AL	12%	16%	16%	16%	18%		22%	7.731,20
AM	15%	25%	15%	8%	24%	1%	12%	7.467,75
AP								
BA	14%	21%	16%	16%	15%	1%	16%	6.090,86
CE	3%	23%	13%	14%	29%		19%	8.936,27
DF	6%	16%	7%	18%	31%		21%	11.374,58
ES	8%	19%	16%	10%	24%		22%	7.772,33
GO	8%	24%	16%	14%	18%	1%	20%	7.224,08
MA	5%	21%	18%	17%	20%		20%	8.557,74
MG	13%	23%	13%	15%	13%	1%	23%	5.754,70
MS	10%	21%	18%	11%	18%	1%	20%	7.494,85
MT	11%	21%	15%	16%	16%	1%	19%	6.575,47
PA	15%	16%	14%	17%	23%		15%	9.313,17
PB	11%	19%	20%	13%	20%	1%	16%	6.701,29
PE	6%	16%	11%	15%	31%	1%	21%	10.622,66
PI	13%	23%	16%	10%	19%		17%	6.513,77
PR	16%	18%	19%	15%	12%		20%	5.296,11
RJ	14%	20%	14%	13%	14%	2%	23%	6.294,91
RN	12%	21%	15%	15%	17%	1%	20%	7.340,32
RO								
RR								
RS	6%	24%	22%	19%	11%	1%	17%	5.680,00
SC	10%	24%	22%	8%	14%		22%	5.982,50
SE	9%	14%	17%	13%	28%	2%	17%	8.983,00
SP	13%	32%	13%	11%	11%	3%	17%	5.534,41
TO								

UF	Até R\$ 1.908,00	De R\$ 1.908,00 até R\$ 3.816,00	De R\$ 3.816,00 até R\$ 5.724,00	De R\$ 5.724,00 até R\$ 9.540,00	Acima de R\$ 9.540,00	Sem renda	Recusa/ Não respondeu	Média
AC	28%	26%	14%	11%	8%	1%	11%	5.812,78
AL	33%	24%	13%	6%	6%		18%	3.865,03
AM	30%	29%	16%	4%	8%	2%	12%	4.473,91
AP	24%	25%	16%	13%	11%	1%	11%	6.106,86
BA	35%	23%	14%	4%	5%	1%	17%	4.447,32
CE	28%	33%	11%	9%	5%	1%	13%	4.353,27
DF	18%	21%	16%	9%	20%	0%	16%	7.711,19
ES	32%	28%	11%	6%	5%	1%	18%	4.392,03
GO	28%	30%	14%	5%	6%	0%	18%	3.459,43
MA	32%	30%	11%	8%	5%	1%	12%	3.637,80
MG	28%	26%	18%	5%	5%		17%	3.980,99
MS	28%	24%	16%	6%	6%	3%	17%	3.960,75
MT	22%	27%	15%	8%	8%		19%	4.577,07
PA	30%	27%	11%	10%	10%		13%	4.965,17
PB	36%	22%	11%	9%	5%	1%	16%	4.602,54
PE	35%	28%	6%	4%	5%	1%	22%	4.745,54
PI	25%	28%	14%	9%	9%	2%	14%	5.043,45
PR	32%	28%	10%	4%	6%	2%	19%	3.609,47
RJ	23%	30%	10%	5%	7%	1%	24%	4.526,21
RN	36%	30%	11%	4%	6%	2%	11%	3.872,82
RO	28%	33%	14%	6%	7%		12%	4.715,48
RR	28%	24%	12%	15%	7%	0%	14%	5.401,48
RS	27%	29%	12%	6%	6%		20%	4.363,57
SC	28%	31%	10%	7%	5%	0%	18%	3.708,69
SE	33%	22%	13%	8%	5%	0%	18%	4.371,29
SP								
TO	28%	26%	9%	11%	7%	1%	18%	4.348,47

UF	Até R\$ 1.908,00	De R\$ 1.908,00 até R\$ 3.816,00	De R\$ 3.816,00 até R\$ 5.724,00	De R\$ 5.724,00 até R\$ 9.540,00	Acima de R\$ 9.540,00	Sem renda	Recusa/ Não respondeu	Média
AC								
AL								
AM								
AP								
BA								
CE								
DF								
ES								
GO								
MA								
MG								
MS								
MT								
PA								
PB								
PE								
PI								
PR	21%	31%	12%	8%	6%		22%	3.830,76
RJ								
RN								
RO								
RR								
RS								
SC								
SE								
SP								
TO								

Renda familiar – Tim

UF	Até R\$ 1.908,00	De R\$ 1.908,00 até R\$ 3.816,00	De R\$ 3.816,00 até R\$ 5.724,00	De R\$ 5.724,00 até R\$ 9.540,00	Acima de R\$ 9.540,00	Sem renda	Recusa/ Não respondeu	Média
AC								
AL								
AM								
AP								
BA	14%	16%	16%	14%	23%	1%	15%	8.198,01
CE								
DF								
ES								
GO	13%	25%	18%	12%	14%	1%	17%	5.900,00
MA								
MG	23%	30%	13%	12%	7%		16%	4.509,54
MS								
MT								
PA								
PB								
PE	25%	21%	14%	9%	8%	1%	21%	5.123,05
PI								
PR	23%	26%	16%	9%	10%	2%	14%	4.693,81
RJ	23%	29%	10%	13%	7%	1%	17%	4.261,72
RN								
RO								
RR								
RS								
SC								
SE								
SP	19%	32%	20%	11%	4%	1%	12%	4.794,39
TO								

Renda familiar – Vivo

UF	Até R\$ 1.908,00	De R\$ 1.908,00 até R\$ 3.816,00	De R\$ 3.816,00 até R\$ 5.724,00	De R\$ 5.724,00 até R\$ 9.540,00	Acima de R\$ 9.540,00	Sem renda	Recusa/ Não respondeu	Média
AC								
AL	17%	20%	17%	13%	20%	1%	12%	7.482,53
AM								
AP								
BA	14%	25%	19%	10%	10%	1%	21%	5.586,23
CE	18%	26%	18%	10%	11%	1%	16%	6.168,64
DF	19%	25%	13%	9%	14%	1%	19%	6.209,20
ES	20%	32%	13%	10%	7%		17%	4.179,52
GO	19%	31%	16%	10%	10%	1%	13%	5.390,83
MA								
MG	20%	29%	17%	8%	9%		17%	4.251,24
MS	17%	22%	18%	10%	9%	1%	24%	4.844,22
MT	13%	27%	15%	11%	19%		15%	6.785,73
PA								
PB	17%	24%	16%	10%	11%		20%	5.091,94
PE	20%	26%	16%	11%	14%	1%	11%	5.766,74
PI								
PR	16%	33%	14%	11%	9%	1%	16%	4.632,65
RJ	16%	21%	12%	14%	14%		23%	6.282,37
RN								
RO								
RR								
RS	18%	32%	11%	11%	7%	1%	20%	4.283,73
SC	19%	28%	18%	10%	6%	1%	17%	5.439,21
SE	13%	24%	10%	20%	18%		15%	6.991,14
SP	28%	24%	11%	6%	7%	1%	24%	5.244,58
TO								

UF	Sem Escolaridade	Fundamental Incompleto	Fundamental Completo	Ens. Médio Incompleto	Ens. Médio Completo	Ens. Superior Incompleto	Ens. Superior Completo	Pós- Graduação Incompleta	Pós- Graduação Completa	Não Respondeu
AC	1%	9%	2%	5%	26%	10%	36%	1%	7%	4%
AL	1%	7%	4%	5%	29%	9%	35%	1%	6%	3%
AM		3%	1%	4%	40%	7%	36%		7%	2%
AP	2%	6%	2%	4%	37%	9%	32%		5%	2%
BA	1%	10%	4%	4%	36%	9%	29%	1%	5%	2%
CE	0%	7%	3%	4%	35%	9%	35%	0%	5%	1%
DF	1%	8%	3%	4%	30%	10%	32%	1%	10%	3%
ES	1%	12%	6%	5%	37%	7%	23%	2%	6%	1%
GO	1%	14%	7%	8%	29%	7%	26%	1%	5%	2%
MA	1%	3%	5%	3%	41%	7%	30%	1%	6%	2%
MG	1%	18%	5%	4%	34%	6%	26%	0%	4%	2%
MS	1%	10%	5%	7%	29%	9%	32%	0%	5%	2%
MT	1%	11%	5%	7%	30%	6%	32%	0%	5%	2%
PA	1%	4%	5%	7%	36%	8%	31%	1%	7%	1%
PB	1%	10%	6%	4%	21%	10%	39%	0%	7%	3%
PE	1%	7%	4%	5%	30%	9%	32%	1%	8%	3%
PI	0%	7%	5%	3%	33%	7%	32%		10%	3%
PR	1%	17%	8%	6%	29%	6%	24%	0%	6%	2%
RJ	1%	7%	7%	6%	38%	7%	25%	0%	5%	3%
RN	0%	9%	3%	4%	40%	5%	30%	1%	5%	2%
RO	2%	13%	6%	3%	34%	10%	25%	0%	5%	2%
RR	0%	9%	4%	2%	32%	9%	33%	1%	7%	3%
RS	1%	15%	7%	9%	28%	8%	26%	0%	4%	2%
SC		19%	11%	6%	33%	8%	16%	0%	6%	1%
SE	1%	8%	4%	5%	30%	9%	33%	1%	6%	3%
SP	1%	14%	7%	5%	34%	5%	28%	0%	5%	1%
TO	1%	7%	4%	4%	33%	8%	31%	1%	6%	5%

UF	Sem Escolaridade	Fundamental Incompleto	Fundamental Completo	Ens. Médio Incompleto	Ens. Médio Completo	Ens. Superior Incompleto	Ens. Superior Completo	Pós- Graduação Incompleta	Pós- Graduação Completa	Não Respondeu
AC										
AL										
AM										
AP										
BA										
CE										
DF										
ES										
GO	2%	17%	5%	5%	33%	7%	24%		5%	1%
MA										
MG		20%	6%	8%	29%	2%	26%		8%	2%
MS										
MT										
PA										
PB										
PE										
PI										
PR										
RJ										
RN										
RO										
RR										
RS										
SC										
SE										
SP	3%	13%	10%	9%	31%	6%	23%		2%	3%
TO										

UF	Sem Escolaridade	Fundamental Incompleto	Fundamental Completo	Ens. Médio Incompleto	Ens. Médio Completo	Ens. Superior Incompleto	Ens. Superior Completo	Pós- Graduação Incompleta	Pós- Graduação Completa	Não Respondeu
AC		5%	1%	2%	20%	11%	42%	1%	16%	2%
AL	2%	3%	1%	4%	25%	9%	43%	1%	8%	4%
AM		1%	1%	4%	34%	6%	42%		11%	2%
AP										
BA		2%	1%	4%	23%	10%	50%	2%	5%	2%
CE		3%	3%	2%	19%	8%	53%	1%	8%	3%
DF		3%	3%	2%	25%	9%	40%		15%	3%
ES		5%	4%	3%	29%	10%	33%	3%	12%	1%
GO	1%	6%	7%	3%	22%	9%	43%		10%	
MA			2%		27%	12%	46%	2%	11%	1%
MG		11%	4%	6%	28%	6%	36%	1%	8%	
MS	1%	5%	3%	5%	23%	7%	43%	1%	9%	2%
MT		4%	3%	4%	30%	9%	41%		9%	2%
PA	1%	3%	3%	3%	29%	7%	40%	2%	13%	
PB		2%	3%	1%	18%	10%	52%	1%	11%	2%
PE		2%	1%	1%	17%	10%	49%	1%	15%	4%
PI		1%	4%	1%	23%	9%	43%		16%	2%
PR	1%	8%	9%	2%	21%	11%	31%	2%	14%	1%
RJ	1%	4%	4%	4%	32%	7%	36%		8%	3%
RN	1%	4%	2%	2%	34%	5%	38%	2%	10%	2%
RO										
RR										
RS		5%	2%	9%	25%	10%	36%	1%	7%	4%
SC		8%	9%	6%	35%	9%	24%		8%	1%
SE		4%	1%	2%	23%	9%	45%	1%	11%	4%
SP	1%	8%	6%	5%	35%	5%	37%		4%	
TO										

UF	Sem Escolaridade	Fundamental Incompleto	Fundamental Completo	Ens. Médio Incompleto	Ens. Médio Completo	Ens. Superior Incompleto	Ens. Superior Completo	Pós- Graduação Incompleta	Pós- Graduação Completa	Não Respondeu
AC	2%	11%	3%	6%	29%	9%	32%	1%	3%	4%
AL	1%	11%	7%	7%	34%	7%	26%	1%	2%	3%
AM		6%	2%	4%	51%	8%	26%		1%	2%
AP	2%	6%	2%	4%	37%	9%	32%		5%	2%
BA	1%	14%	6%	5%	43%	7%	19%		3%	2%
CE	1%	10%	4%	5%	40%	6%	30%		4%	1%
DF	2%	12%	3%	5%	32%	10%	24%	1%	6%	5%
ES	1%	16%	6%	8%	44%	3%	17%	1%	4%	1%
GO	1%	18%	8%	10%	31%	5%	20%	1%	4%	2%
MA	2%	4%	7%	5%	47%	5%	23%	1%	3%	3%
MG	2%	21%	5%	4%	36%	6%	22%		2%	2%
MS	1%	12%	7%	9%	30%	8%	29%		3%	2%
MT	2%	14%	6%	8%	30%	5%	29%	0%	3%	3%
PA	0%	5%	6%	9%	41%	8%	25%		3%	2%
PB	1%	20%	10%	5%	24%	7%	26%		4%	2%
PE	1%	12%	6%	8%	37%	7%	20%	1%	4%	3%
PI	0%	8%	6%	4%	36%	6%	29%		8%	3%
PR	2%	22%	11%	6%	30%	5%	18%		4%	2%
RJ	0%	9%	9%	8%	42%	7%	18%	0%	4%	3%
RN		13%	3%	6%	43%	5%	25%	1%	2%	2%
RO	2%	13%	6%	3%	34%	10%	25%	0%	5%	2%
RR	0%	9%	4%	2%	32%	9%	33%	1%	7%	3%
RS	1%	22%	10%	11%	26%	6%	21%		2%	1%
SC		26%	13%	7%	29%	7%	11%	0%	4%	1%
SE	1%	11%	7%	7%	35%	6%	25%	1%	3%	3%
SP										
TO	1%	7%	4%	4%	33%	8%	31%	1%	6%	5%

UF	Sem Escolaridade	Fundamental Incompleto	Fundamental Completo	Ens. Médio Incompleto	Ens. Médio Completo	Ens. Superior Incompleto	Ens. Superior Completo	Pós- Graduação Incompleta	Pós- Graduação Completa	Não Respondeu
AC										
AL										
AM										
AP										
BA										
CE										
DF										
ES										
GO										
MA										
MG										
MS										
MT										
PA										
PB										
PE										
PI										
PR	2%	23%	9%	5%	31%	4%	23%		1%	2%
RJ										
RN										
RO										
RR										
RS										
SC										
SE										
SP										
TO										

UF	Sem Escolaridade	Fundamental Incompleto	Fundamental Completo	Ens. Médio Incompleto	Ens. Médio Completo	Ens. Superior Incompleto	Ens. Superior Completo	Pós- Graduação Incompleta	Pós- Graduação Completa	Não Respondeu
AC										
AL										
AM										
AP										
BA		7%	2%	4%	26%	9%	41%		8%	1%
CE										
DF										
ES										
GO	1%	3%	2%	5%	30%	12%	35%	1%	10%	2%
MA										
MG	1%	20%	11%	2%	34%	5%	17%		8%	2%
MS										
MT										
PA										
PB										
PE	3%	10%	2%	3%	28%	11%	33%		6%	5%
PI										
PR	2%	15%	5%	5%	34%	5%	23%	2%	7%	3%
RJ	1%	11%	5%	6%	39%	9%	23%		3%	2%
RN										
RO										
RR										
RS										
SC										
SE										
SP		9%	10%	6%	37%	5%	27%	1%	6%	1%
TO										

UF	Sem Escolaridade	Fundamental Incompleto	Fundamental Completo	Ens. Médio Incompleto	Ens. Médio Completo	Ens. Superior Incompleto	Ens. Superior Completo	Pós- Graduação Incompleta	Pós- Graduação Completa	Não Respondeu
AC										
AL	1%	7%	1%	4%	24%	11%	38%		12%	2%
AM										
AP										
BA		4%	2%	3%	33%	10%	35%	1%	10%	3%
CE		7%	2%	3%	36%	13%	32%	1%	5%	1%
DF		9%	3%	4%	36%	10%	30%	1%	5%	1%
ES	2%	13%	6%	4%	34%	12%	21%	2%	3%	2%
GO	1%	8%	5%	7%	28%	10%	33%	1%	5%	2%
MA										
MG		12%	3%	3%	41%	10%	27%		3%	1%
MS		9%	2%	6%	33%	11%	30%	1%	6%	2%
MT		6%	3%	6%	29%	9%	38%	1%	7%	1%
PA										
PB		4%	4%	5%	18%	13%	45%	1%	5%	4%
PE		4%	3%	2%	31%	11%	36%	1%	9%	3%
PI										
PR	1%	13%	2%	8%	34%	7%	29%		5%	2%
RJ	1%	7%	3%	8%	29%	9%	32%	1%	9%	1%
RN										
RO										
RR										
RS	1%	11%	8%	4%	37%	8%	20%	1%	6%	3%
SC		14%	5%	3%	39%	10%	20%		8%	1%
SE	1%	4%	3%	3%	27%	16%	40%		5%	2%
SP	1%	18%	9%	5%	33%	6%	21%	1%	5%	2%
TO										