

## **Capítulo 3 - Avaliação qualitativa dos instrumentos de satisfação do consumidor e qualidade percebida adotados pela Anatel**

Autores: Eluiza Alberto de Moraes Watanabe, Denise Santos de Oliveira e Carla Peixoto Borges

Neste capítulo os instrumentos de satisfação do consumidor e qualidade percebida adotados pela Anatel são analisados do ponto de vista qualitativo. A fim de organizar as análises realizadas, optou-se por avaliar o instrumento como um todo e, em seguida, analisar os itens individualmente. Assim, o presente capítulo aborda, inicialmente, a análise qualitativa global do instrumento, caracterizada pela análise da correspondência entre os objetivos e a base conceitual e a população-alvo da pesquisa, da avaliação do contexto social da aplicação e da estrutura lógica do instrumento (Günther, 2003). Em seguida, apresenta uma interpretação teórica das dimensões hipotéticas de satisfação e qualidade percebida adotadas nos instrumentos (conforme definidas pela Anatel) tomando como referência a análise conceitual realizada no primeiro capítulo e as sugestões de Pasquali (1998).

Após essa análise global, avaliaram-se os itens dos instrumentos, no que tange às definições operacionais utilizadas e à redação dos itens com base em critérios sugeridos por Pasquali (1998) e Günther (2003). Essas análises constituíram a primeira etapa para avaliar e propor ajustes nos instrumentos.

### **3.1 Análise qualitativa global do instrumento**

A Anatel aplica a Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida junto aos usuários de serviços de telecomunicações anualmente. Ao todo, há cinco instrumentos (questionários<sup>1</sup>), um para cada serviço avaliado: telefonia móvel pré-paga, telefonia móvel pós-paga, telefonia fixa, banda larga fixa e TV por assinatura. Para realizar a análise qualitativa global do instrumento,

---

<sup>1</sup> Adota-se neste relatório o mesmo conceito de questionário adotado por Günther (2003): um conjunto de questões realizadas com a finalidade de obter, por parte do respondente, opiniões, interesses e informações biográficas. Observa-se que não faz parte do conceito a forma de apresentar ao respondente o conjunto de perguntas (e.g., por telefone, presencialmente ou autoaplicação).

foram empregadas as recomendações de Günther (2003) referentes à construção de um questionário de pesquisa e os procedimentos de elaboração de escalas psicológicas propostos por Pasquali (1998). Embora essas recomendações sejam dirigidas à etapa de construção do instrumento, aqui foram consideradas em uma análise *a posteriori*, dado que os instrumentos da Anatel já foram construídos pela Agência e estão em uso desde 2015. A Figura 3.1 descreve os aspectos globais analisados.

Figura 3.1

*Aspectos Qualitativos Globais Analisados.*

Etapas de análise	Aspectos específicos analisados
Base conceitual e populacional (Günther, 2003)	Correspondência entre o objetivo da pesquisa, os conceitos a serem estudados e a população-alvo.
Contexto social da aplicação do instrumento (Günther, 2003)	Análise do background cultural, background do pesquisador e do respondente, e o contexto da pesquisa.
Estrutura lógica do instrumento (Günther, 2003)	Introdução, interação pergunta-resposta, e a “despedida”. Estrutura e sequência dos itens ao longo do questionário.
Análise da dimensionalidade dos construtos (Pasquali, 1998)	Correspondência entre as Categorias Teóricas e as Dimensões Adotadas pela ANATEL.
Análise das definições constitutivas (Pasquali, 1998)	Análise das definições de satisfação, qualidade percebida e suas respectivas dimensões.

De acordo com Günther (2003), o primeiro aspecto a ser observado na construção de um instrumento de pesquisa deve ser a sua **base conceitual e populacional**. A observação deve se pautar na correspondência entre o objetivo da pesquisa, os conceitos a serem estudados e a população-alvo. Assim, essa foi a análise primária realizada.

A pesquisa realizada pela Anatel tem como objetivo “mensurar a satisfação e a percepção de qualidade dos consumidores (pessoas físicas), quanto aos serviços de banda larga, telefonia fixa, telefonia móvel pré-paga e pós-paga e TV por assinatura” (Anatel, 2018, p. 8). Assim, os

conceitos envolvidos no objetivo de pesquisa são: satisfação do consumidor e qualidade percebida no serviço. Observa-se que os dois conceitos – que de acordo com a interpretação proposta no Capítulo 2 se referem a relatos do consumidor acerca de sua satisfação, em diferentes níveis de análise – são claramente abordados no conjunto de itens do instrumento. Seguem alguns exemplos de itens, o primeiro solicita um relato acerca da satisfação global do consumidor e os demais se referem a relatos sobre a qualidade percebida de atributos específicos do serviço: J1 Pensando em toda sua experiência com a internet fixa 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>; C1\_1 Pensando no funcionamento do serviço de internet fixa contratada da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Disponibilidade da internet, ou seja, conseguir acessar sempre que preciso; C1\_2 Pensando no funcionamento do serviço de internet fixa contratada da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Capacidade de manter a conexão da internet sem quedas; C1\_3 Pensando no funcionamento do serviço de internet fixa contratada da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Velocidade de navegação (websites, downloads, vídeos, etc.).

A população-alvo da pesquisa são os consumidores (pessoa física) dos serviços de telecomunicações do Brasil. A ANATEL utilizou amostra aleatória simples e estratificada abarcando usuários de todas as Unidades Federativas (UF) do Brasil (Anatel, 2018). A amostra da pesquisa foi constituída por indivíduos maiores de 18 anos, que não trabalhem em pesquisa de opinião ou mercado, mídia, empresa/departamento ou agência de marketing ou comunicação nem mesmo em operadoras ou entidades públicas ou privadas ligadas ao setor de telecom, e sejam usuários principais do respectivo serviço analisado (Anatel, 2018). O perfil amostral escolhido é coerente com a população-alvo e com o objetivo da pesquisa. Logo, o primeiro aspecto sugerido por Günther (2003) é atendido pelos instrumentos vigentes.

O segundo fator que deve ser observado é o **contexto social da aplicação do instrumento**, ou seja, o background cultural, background do pesquisador, o contexto da pesquisa e o background do respondente (Günther, 2003). No background cultural deve-se indagar até que ponto o entrevistado aceita ser questionado por um estranho sobre assuntos pessoais. Nota-se que a pesquisa visa a coletar opiniões a respeito dos serviços de telecomunicações utilizados pelo usuário. Com isso, nesse aspecto, não se observam motivos para que o usuário não forneça

opiniões/respostas legítimas. O background do pesquisador se refere à imagem pública ou credibilidade da entidade que encomenda (Anatel) e da entidade que executa a pesquisa (empresa de pesquisa de mercado contratada). Destaca-se que a Anatel realiza e divulga, além da pesquisa de satisfação e qualidade percebida (realizada periodicamente desde 2012), diversas ações regulatórias com impacto sobre o consumidor (e.g; registro e acompanhamento de reclamações, ações de educação para o consumo, regulamentos para atuação das empresas), o que ajuda na construção de credibilidade junto à população. Além disso, aponta-se que, para a coleta dos dados da pesquisa, a Anatel estabelece requisitos mínimos para que as prestadoras contratem empresas especializadas em pesquisas de mercado.

Por sua vez, o contexto da pesquisa se refere à relevância da temática abordada, o que pode despertar o interesse do respondente em participar. Nesse caso, a pesquisa é importante para identificar a avaliação dos consumidores acerca do serviço prestado pelas diferentes operadoras do mercado. Isso gera insumos para Anatel regulamentar o setor de telecomunicações e para o respondente poder comparar as empresas concorrentes. Assim, o tema levantado é considerado de interesse do público-alvo.

Por fim, em relação ao background do respondente, considera-se que o instrumento adotado na pesquisa da Anatel é adequado para captar a opinião particular do usuário do serviço de telecomunicação que, por sua vez, é capaz de opinar sobre todos os itens expostos no questionário aplicado. Isso porque, como o conteúdo e a linguagem dos itens do questionário são direcionados a usuários dos serviços de telecomunicações avaliados, considera-se que os respondentes têm experiência para avaliar todos os itens apresentados. Ademais, no início dos questionários são realizadas perguntas filtro que tem por objetivo garantir a adequação da amostra.

O terceiro aspecto a ser analisado é a **estrutura lógica do instrumento**, referente a três fases: a introdução, interação pergunta-resposta, e a despedida (qualquer indicação de benefícios futuros) (Günther, 2003). Em relação à introdução, o objetivo é estabelecer o primeiro contato com o respondente para garantir sua colaboração (Günther, 2003). Todos os cinco questionários (um para cada tipo de serviço) iniciam-se com uma apresentação do pesquisador (cumprimento, nome do entrevistador, empresa em que trabalha) seguida de uma breve explicação sobre o objetivo da ligação recebida. Portanto, o instrumento segue as recomendações de Günther (2003), de que a

proposta prática dessa fase é realizar a apresentação do instrumento e da pessoa (eg. quem é, para quem trabalha) que vai administrá-lo.

Em relação à etapa de interação pergunta-resposta, no decorrer da realização das perguntas, o entrevistador deve manter o interesse do respondente, diminuindo o esforço requerido, exigindo tarefas fáceis. Observa-se que o entrevistador avisa ao respondente que a pesquisa demandará cerca de 10 minutos para ser finalizada. Além disso, ele explica que tudo será gravado e que as informações fornecidas são confidenciais. Em seguida, o entrevistador indica que irá fazer perguntas a respeito do perfil do respondente (e.g. Você é o principal usuário desta linha de celular?). Logo depois, o entrevistador sinaliza que iniciará as questões (satisfação e qualidade percebida) sobre a operadora utilizada pelo respondente ("Vamos falar sobre a <OPERADORA>"). Após indagar o consumidor sobre sua satisfação com a operadora, é apresentado um enunciado geral explicativo antes das questões sobre a qualidade percebida. Por fim, o respondente é informado que algumas questões sobre o perfil sociodemográfico serão feitas.

Considera-se que os aspectos relatados acerca da etapa de interação pergunta-resposta mostram como os itens estão dispostos de forma a facilitar a interação pergunta-resposta, promovendo gradativamente o envolvimento do participante. Porém, dada a extensão do questionário, (que é aplicado por telefone, tem em média 35 questões e duração prevista de cerca de 10 minutos), a participação na pesquisa exige dedicação de tempo e certo esforço por parte do respondente. Dado que o cansaço do participante pode prejudicar a acurácia das respostas à pesquisa, sugere-se que o enunciado antes das questões sobre as dimensões da qualidade percebida seja mais simples e direto, a fim de reduzir o tempo de aplicação e a necessidade de atenção por parte do respondente. Uma última recomendação de Günther (2003) quanto à etapa de interação, é que em seu início o entrevistador deixe claro que o respondente pode desistir de completar a pesquisa a qualquer momento (cf. Günther, 2003), o que sugere-se que possa ser acrescido ao roteiro de entrevista do questionário da ANATEL.

Na despedida, o entrevistador questiona se o respondente autoriza a identificação das suas respostas para a ANATEL e para a operadora. Em seguida, há um agradecimento pela participação e o entrevistador fornece o nome e telefone de contato do seu supervisor em caso de dúvidas. Porém, não há uma menção sobre a importância da opinião do respondente e nem sobre o acesso

aos resultados da pesquisa, como sugerido por Günther (2003). Sobre a menção acerca da importância da opinião do respondente, embora Günther sugira que isso seja feito na etapa de despedida do questionário, considera-se ainda melhor fazê-lo na etapa de introdução, de forma a sinalizar reforço para o engajamento do participante na pesquisa.

Além dos aspectos descritos anteriormente, na estrutura lógica do instrumento deve-se observar a **estrutura e sequência dos itens ao longo do questionário**. Uma estrutura bem organizada contribui para diminuir o esforço do respondente e para que os temas sejam tratados em uma ordem lógica que mantenha o interesse do participante. Günther (2003) sugere que o primeiro princípio da estruturação é conduzir do mais geral ao mais específico, do menos pessoal, para o mais pessoal. O segundo princípio é observar a ordem lógica do questionário e o terceiro é que itens de uma mesma dimensão/temática fiquem juntos.

Ao observar a estruturação dos instrumentos aplicados pelo Anatel, nota-se que eles subdividem-se em: a) identificação do perfil do respondente; b) avaliação da satisfação geral; c) avaliação de cada item relacionado às seis dimensões da qualidade percebida do serviço (e.g., Serviço de banda larga fixa: Oferta e Contratação, Funcionamento, Cobrança, Canais de Atendimento, Capacidade de Resolução, e Reparo e Instalação); d) Competição e; e) perfil sociodemográfico. Na parte do perfil do respondente, questiona-se: a) o Estado (UF) do respondentes; b) se é cliente do serviço pesquisado; c) se é um dos principais usuários do serviço pesquisado; d) se o respondente trabalha com alguma empresa de pesquisa de mercado ou operadoras de serviços de telecomunicações; e) se é o responsável pelo pagamento do serviço; f) se o serviço avaliado é vinculado à pessoa física; g) a idade do respondentes e; h) sexo. Nota-se que todas as questões do perfil do respondente foram perguntas filtro, ou seja, conduzidas para selecionar o perfil da amostra exigido pela pesquisa. Além disso, há uma seção chamada de "Competição" onde é questionado se no local onde o respondente mora existe outra operadora que oferece o mesmo serviço da operadora analisada.

Quanto à ordem de apresentação das questões, em geral, a proposta da Anatel segue as recomendações de Günther (2003), ou seja, partir do mais geral (perfil e satisfação geral) para aspectos mais específicos (atributos da qualidade percebida). Além disso, os itens das mesmas dimensões, conforme definidas pela Anatel, estão juntos. Porém, alguns pontos de melhoria

poderiam ser mencionados de forma a evitar que resistências ou incômodos por parte do respondente que prejudiquem a resposta às perguntas subsequentes. Günther (2003) sugere, por exemplo, que temas sensíveis sejam apresentados mais ao final do questionário. No questionário da Anatel, considera-se que as questões sobre resolução e reparo (apresentadas nessa ordem nos questionários dos serviços de banda larga, TV por assinatura e telefonia fixa) apresentam potencial de remeter o respondente a situações aversivas vivenciadas junto às empresas, gerando algum desconforto. Embora essas questões sejam as últimas da seção sobre qualidade percebida a serem apresentadas, sugere-se inverter a ordem das dimensões, deixando os itens de resolução por último, já que são mais numerosos. Além disso, sugere-se que as questões sociodemográficas sejam apresentadas mais ao final do questionário e a questão de renda (questão mais sensível) seja a última questão sociodemográfica questionada. A recomendação se deve à possibilidade de questões demográficas apresentarem maior sensibilidade dado o contexto político de discussões sobre temáticas acerca dos conceitos de cor/raça e a dificuldade das pessoas em disporem-se a informar a sua renda.

Quanto à questão sobre competição, destaca-se que é a única que levanta informação sobre algum aspecto do cenário de consumo (cf. Foxall, 2010), o que pode ser útil em um trabalho de análise dos preditores do comportamento de relatar satisfação. Questões sobre a história de aprendizagem do consumidor (como as questões condicionais que indagam sobre a ocorrência de problemas junto à operadora, por exemplo) teriam aplicação similar. A inclusão de outras questões sobre o contexto de consumo e a história de aprendizagem do consumidor poderia ser útil para a compreensão do comportamento de relatar satisfação e qualidade. A especificação dessas questões poderá ser feita após o estudo preditivo previsto no âmbito deste projeto (a ser relatado no Capítulo 6), e após o estudo de campo (a ser relatado no Capítulo 8).

Prossegue-se, na tarefa de avaliação global do questionário, com a análise dos aspectos relacionados à etapa de procedimentos teóricos recomendados por Pasquali (1998) para a construção de instrumentos. Esses aspectos envolvem a análise da dimensionalidade dos construtos estudados, ou seja, a apresentação da estrutura interna do instrumento – representada pelos atributos do serviço (na forma de itens) a serem avaliados, e respectivo agrupamento em

dimensões, e consideração das definições teóricas (ou constitutivas)<sup>2</sup> adotadas como referência para o fenômeno estudado.

De acordo com Pasquali (1998), a dimensionalidade do construto deve ser compatível com a teoria sobre o fenômeno de interesse ou dados empíricos disponíveis sobre ele (Pasquali, 1998). De acordo com a interpretação do conceito de satisfação do consumidor proposta, assume-se que não há uma lista predeterminada e definitiva de “atributos” ou relações entre ocorrências que o caracterizem, e que a determinação desses atributos depende do tipo de diagnóstico e predição que se pretende fazer com as informações coletadas. Entretanto, a literatura e fontes documentais podem servir de referência como fonte de atributos prováveis, assim como outras fontes de dados das quais a Anatel dispõe (ex: categorias de reclamações registradas no órgão).

Verifica-se, ainda, que a satisfação do consumidor pode ser considerada no nível de análise da satisfação global com o serviço ou no nível de seus atributos, a depender do interesse de pesquisa em vigor. A Anatel adota ambos os níveis de análise na avaliação da satisfação do consumidor: o nível da satisfação com o serviço como um todo, que foi denominado de satisfação do consumidor, e o nível da satisfação com o desempenho específico de um conjunto de atributos (ou dimensões do serviço), que foi denominado de qualidade percebida. Essas opções conceituais espelham o que foi encontrado predominantemente na literatura acadêmica sobre esses temas, no que tange à adoção de relatos de satisfação para o nível de análise da experiência como um todo e relatos de qualidade percebida para o nível dos atributos do serviço (conforme apresentado no Capítulo 1).

No nível de análise da satisfação geral (Anatel, 2018), o instrumento apresenta uma métrica com uma única dimensão (avaliação acerca do quanto o consumidor está satisfeito com a prestadora, considerando toda a sua experiência), representada por um único item (J1). Como sugerido na análise conceitual apresentada anteriormente, considera-se que essa medida pode ser enriquecida com outros tipos de relatos incluídos na lógica disposicional do conceito de satisfação, mantido o nível de análise global. A inclusão de outros itens compostos por relatos normalmente

---

<sup>2</sup> Definições constitutivas são definições adotadas para explicar os conceitos em termos de outros conceitos, como as definições de dicionários, ou definições teóricas, por exemplo. Já as definições operacionais se referem à forma como o fenômeno será medido, operacionalizado, na pesquisa empírica, indicando comportamentos que o participante deve emitir (cf. Pasquali, 2009, pp. 45-46).

correlacionados a relatos de satisfação permitirá, inclusive, ampliar a possibilidade de avaliação da validade convergente<sup>3</sup> da medida. A revisão de literatura apontou algumas métricas nesse sentido, como o grau em que o serviço atendeu às necessidades do consumidor ou o grau em que se aproximou do serviço ideal (e. g. Matias, Reis & Azevedo, 2015; Morgeson, Sharma & Hult, 2015), ou como aqueles adotados por Reichheld (2003) – (probabilidade de recomendar a amigos, de continuar a comprar e quanto o consumidor crê que a empresa merece sua lealdade). Com base na análise conceitual, outra opção seria perguntar ao consumidor o quanto ele acredita que acertou em contratar a operadora.

No nível da satisfação com os atributos do serviço, o instrumento apresenta itens agrupados em oito dimensões de “qualidade percebida” (conforme denominação da agência): atendimento telefônico, canais de atendimento, capacidade de resolução, cobrança, funcionamento, oferta e contratação, recarga, e reparo e instalação. Ao comparar tais dimensões com as 13 categorias de atributos encontrados nos instrumentos de medidas de qualidade percebida empregados pela literatura e pelas agências reguladoras, nota-se que a maioria das dimensões adotadas pela Anatel estão representadas nas categorias teóricas. Isso pode ser observado na Tabela 3.1.

Tabela 3.1

*Correspondência entre as Categorias Teóricas e as Dimensões Adotadas pela ANATEL.*

<b>Categorias teóricas identificadas na literatura e em instrumentos de outras agências reguladoras</b>	<b>Dimensões adotadas pela ANATEL correspondentes</b>
1. Preços, tarifas e cobranças	Cobrança e Recarga
2. Avaliação geral e disponibilidade dos serviços principais e suplementares	Funcionamento e Reparo e Instalação
3. Disponibilidade e qualidade de rede (ligações e acesso à internet)	Funcionamento
3.1 Qualidade das ligações	Funcionamento

<sup>3</sup> Validade convergente é o grau em que uma métrica apresenta relação com outras métricas adotadas para medir o mesmo construto ou construtos similares (cf. AERA, 2014, p. 16).

4. Planos e promoções	Oferta e Contratação
5. Atendimento ao consumidor	Atendimento telefônico e Canais de atendimento
5.1 Desempenho do atendimento	Atendimento telefônico e Canais de atendimento
6. Conveniência	-
7. Aparelhos e equipamentos relacionados ao serviço	-
8. Aparência das instalações físicas e funcionários	-
9. Confiabilidade no provedor do serviço	Oferta e Contratação
10. Gerenciamento das reclamações e soluções	Capacidade de Resolução
11. Marca e imagem da empresa	-

A Tabela 3.1 aponta que as dimensões “Atendimento telefônico” e “Canais de atendimento” adotadas pela Anatel estão contidas nas categorias teóricas 5 (“Atendimento ao Consumidor”) e 5.1 (“Desempenho do atendimento”). A dimensão de “Capacidade de Resolução” está inserida na Categoria 10 (“Gerenciamento das reclamações e soluções”). Por sua vez, a dimensão “Cobrança” e “Recarga” estão elencadas na categoria 1 (“Preços, tarifas e cobranças”). A dimensão “Funcionamento” está diluída nas categorias 2 (“Avaliação geral e disponibilidade dos serviços principais e suplementares”), 3 (“Disponibilidade e qualidade de rede”) e 3.1 (“Qualidade das ligações”). A dimensão “Oferta e Contratação” está contida nas categorias 4 (“Planos e promoções”) e 9 (“Confiabilidade no provedor do serviço”). Por fim, a dimensão de “Reparo e instalação” está inserida na categoria 2 (“Avaliação geral e disponibilidade dos serviços principais e suplementares”).

Assim, percebe-se que as categorias teóricas de número 6 (Conveniência), 7 (Aparelhos e Equipamentos relacionados ao serviço), 8 (Aparência das instalações físicas e funcionários), e 11 (Marca e imagem da empresa) não são contempladas pelo instrumento da Anatel. A categoria 7 se refere aos dispositivos utilizados pelos consumidores, não abrangendo o foco primordial da

pesquisa da Anatel, que é o serviço de telecomunicações em si. As categorias 8 e 11, por sua vez, contêm atributos que representam aspectos de interesse para as operadoras, do ponto de vista de marketing, mas não do regulador, o que justifica que não constem do instrumento da Anatel. Apenas a categoria 6 (conveniência) ficou pendente no instrumento da Anatel. A pertinência de incluir itens dessa natureza poderia ser testada em pesquisa empírica, verificando-se se tais itens seriam responsáveis por parte significativa da variabilidade apresentada pelos dados em uma análise de componentes principais, por exemplo. Entretanto, há que se avaliar também a pertinência do atributo como aspecto de interesse da regulação. Isso porque a oferta de conveniência pode ser uma estratégia de diferenciação de marketing adotada pelas operadoras. Mas, por outro lado, a conveniência pode ser entendida, na perspectiva da regulação, como relacionada ao “tratamento não discriminatório quanto às condições de acesso e fruição do serviço” (Resolução nº 632, 2014).

Após a análise da dimensionalidade, seguindo a lógica dos procedimentos teóricos propostos por Pasquali (1998), verificaram-se as definições teóricas (constitutivas) dos atributos investigados (Pasquali, 2009), e sua correspondência com os itens do instrumento. Observa-se que a Anatel apresenta definições constitutivas para os termos satisfação do consumidor e qualidade percebida em sua Resolução nº 654: a satisfação é definida como “um construto psicológico que descreve o julgamento da experiência total de consumo de um indivíduo ou instituição com um produto ou serviço” e a qualidade percebida é definida como “a percepção do usuário quanto ao desempenho da prestadora na prestação do serviço” (cap. III, art. 13º, incisos IV e V).

Com relação à apresentação dessas definições em resolução regulatória, cabe tecer algumas considerações. Primeiro, parece natural que o regulador tome respaldo em premissas factuais relevantes (cf. Aguiar, 2017) – derivadas da análise da literatura científica e de dados empíricos – para estabelecer, em legislação, as contingências que condicionem a atuação ótima dos atores que compõem o mercado regulado (Oliveira-Castro et al., 2019). Entretanto, quando se estabelecem conceitos teóricos como matéria de resolução, um caminho atípico parece ser trilhado: por resolução, e não a partir de investigação das premissas factuais relevantes, passa-se a definir o fenômeno. Cabe salientar, ainda, que alterações e inovações podem ocorrer na literatura científica, e que quando definições são normatizadas, dificuldades adicionais podem ser criadas para a incorporação dessas inovações ao arcabouço metodológico das pesquisas realizadas para fins de

políticas públicas. Com base nessas observações, recomenda-se que a legislação adote termos genéricos que possam ter ampla aplicação, em diversos casos. E que, para cada caso – como é o que se analisa no presente estudo, e como é o caso da Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida da Anatel – seja apresentada a fundamentação necessária para orientar o uso dos conceitos. Assim, recomenda-se que a resolução da Anatel apenas se refira à necessidade de se avaliar a qualidade do serviço pelos usuários e indicar seu nível de satisfação, sem incluir definições teóricas.

Considerando o conjunto de informações exposto, nota-se que as definições de satisfação e qualidade percebida adotadas no regulamento são compatíveis com aquelas existentes nas literaturas acadêmica e aplicada (conforme demonstrado no Capítulo 2), as quais podem ser interpretadas harmonicamente com base no referencial teórico-conceitual aqui adotado, conforme demonstrado no Capítulo 3. Além disso, os níveis de análise adotados se mostram compatíveis com aqueles encontrados no instrumento de pesquisa da Anatel: o da satisfação geral, referente ao "julgamento da experiência total de consumo de um indivíduo ou instituição com um produto ou serviço" e o específico no nível da qualidade percebida acerca de atributos/dimensões do serviço ("percepção do usuário quanto ao desempenho da prestadora na prestação do serviço" (cap. III, art. 13º, incisos IV e V).

Já as definições constitutivas das dimensões da Qualidade Percebida são mostradas na Figura 3.2.

Figura 3.2

*Definições Constitutivas das Dimensões de Qualidade Percebida (Anatel, 2018, p. 14).*

Dimensão	Definição Constitutiva
Canais de atendimento	Meios de comunicação colocados à disposição dos usuários pelas prestadoras dos serviços para solicitar informações, contratar serviços, registrar pedidos e reclamações
Capacidade de Resolução	Capacidade da prestadora em resolver efetivamente todas as solicitações dos usuários;
Cobrança*	Arrecadação de quantias relativas à prestação dos serviços, incluindo questões de correção

Funcionamento	Condições de uso e fruição dos serviços, incluindo aspectos de qualidade
Oferta e Contratação	Relação entre a informação veiculada pelas prestadoras nos atos de oferta e contratação e as características dos serviços efetivamente prestados;
Recarga	Clareza e correção no processo de aquisição, inserção e consumo dos créditos no serviço de telefonia móvel pré-paga;
Reparo e Instalação	Atividades que incluem a visita de técnicos ao local do serviço instalado.

*Nota. \*Exceto no serviço de telefonia móvel pré-paga.*

Observa-se que a definição e respectivo "rótulo" da dimensão de Capacidade de Resolução remetem à avaliação de um resultado da prestação do serviço (resolver as solicitações) para o consumidor e, portanto, ao conceito de satisfação do consumidor conforme interpretação proposta no Capítulo 1. Trata-se de definições acerca da qualidade (o que se deseja avaliar) da dimensão avaliada. Em Recarga e Cobrança, apesar de os nomes dos rótulos mencionarem apenas a dimensão do serviço a ser avaliada, e não o resultado a elas associados, as definições abordam também esse último aspecto (clareza e correção do processo) em conjunto com a definição do que se considera recarga e cobrança. Mais uma vez, tem-se definições de qualidade da dimensão. Em Canais de Atendimento, Funcionamento e Reparo e Instalação, no entanto, apenas se esclarece o que são as respectivas dimensões do serviço, mas não se esclarece o resultado esperado para o consumidor, ou seja, o que seria parâmetro de qualidade nesses canais. No caso de funcionamento, nota-se que os aspectos que caracterizam qualidade podem variar bastante entre os serviços (e.g.; ligações sem ruído, no caso de telefonia; velocidade da navegação na internet, no caso de banda larga; definição da imagem, no caso de TV por assinatura), o que pode ter dificultado uma definição geral da qualidade da dimensão. Além disso, a Anatel não define a dimensão do serviço de "Atendimento telefônico". Já no caso de Reparo e Instalação, a redação parece precisar de um ajuste, caso se refira de fato à visita de técnicos ao local. Entretanto, dado o crescimento da adoção de tecnologias de atendimento remoto, a definição adotada parece restritiva.

Ademais, diferentemente dos demais conceitos das dimensões de qualidade percebida, o conceito de Oferta e Contratação não remete a aspectos específicos do serviço, mas a uma característica aplicável a todos os demais aspectos – dado que enfatiza o quanto as características

dos serviços prestados (em geral) se aproximam da promessa realizada pela operadora em sua comunicação. Essa promessa pode ser interpretada como o reforço sinalizado pela operadora para a contratação por parte do consumidor, o que guarda relação direta com as demandas desse consumidor (operações motivadoras para o consumo), aproximando o conceito da dimensão de Oferta e Contratação do conceito de satisfação do consumidor no nível de análise global.

Em síntese, quanto às definições constitutivas das dimensões da qualidade do serviço, alerta-se para o fato de que as definições remetem a diferentes níveis análise: ora são definições da qualidade da dimensão, ora são definições da dimensão do serviço a ser avaliada; ora se referem a aspectos específicos a serem avaliados, ora a aspectos gerais do serviço ou de suas dimensões. Além disso, "qualidade" ora aparece de forma genérica, ora é traduzida como algum critério específico a ser avaliado. Sugere-se, portanto, uma revisão das definições apontadas, de forma a deixar claro o nível de análise em que se deseja realizar a avaliação e, na medida do possível, que se explicita a qualidade (ou critério) que se deve avaliar. Podem ser mantidos ou adotados diversos níveis de análise, conquanto que se mantenha em vista a função da avaliação de cada dimensão para a Agência reguladora.

### 3.2. Análise dos itens do instrumento

Nessa etapa da análise qualitativa, o foco foi avaliar os itens do questionário. Para facilitar a compreensão, a Figura 3.3 descreve os aspectos analisados nesta seção.

Figura 3.3

#### *Aspectos Qualitativos Analisados dos itens do Instrumento*

<b>Etapas de análise</b>	<b>Aspectos específicos analisados</b>
Análise das definições operacionais (Pasquali, 1998)	Análise das definições operacionais (forma de medir) da Satisfação e das dimensões da qualidade percebida
Escalas utilizadas (Günther, 2003)	Tipos de escalas usadas
Operacionalização dos itens (Pasquali, 1998)	Quantidade de itens, fontes consultadas, e redação dos itens (análise de 12 critérios por juízes e equipe de pesquisa)

Primeiramente, é importante resgatar as **definições operacionais** dos itens adotados pela ANATEL, como sugerido por Pasquali (1998). Elas são descritas na Tabela 3.2.

Tabela 3.2

*Definições Operacionais da Satisfação do Consumidor e das Dimensões da Qualidade Percebida*

<b>Dimensão</b>	<b>Serviço</b>	<b>Definição operacional dos itens</b>	<b>Número de itens</b>
Satisfação do consumidor	Todos	Nível de satisfação geral do entrevistado com a prestadora citada, levando em conta toda a experiência com esta	1
Atendimento telefônico	Todos	Notas atribuídas ao tempo de espera para falar com o atendente, à necessidade de repetir a demanda e à capacidade de esclarecimento por parte dos atendentes	3
Canais de atendimento	Telefonia móvel pós paga, telefonia móvel pré-paga e telefonia fixa	Notas atribuídas à: qualidade do Atendimento Telefônico da operadora; à qualidade do Atendimento pela Internet da operadora; à qualidade do Atendimento na Loja da operadora	3
	Banda larga fixa e TV	Notas atribuídas à: qualidade do Atendimento Telefônico da operadora; à qualidade do Atendimento pela Internet da operadora	2
Capacidade de Resolução	Telefonia móvel pós paga	Nota atribuída à resolução: do problema de cobrança da prestadora; da alteração do plano ou condição comercial; do problema do pedido de cancelamento; do problema nas ligações; do problema na internet 3G/4G	5
	Telefonia móvel pré-paga	Nota atribuída à resolução: do problema de cobrança da prestadora; do problema nas ligações; do problema na internet 3G/4G	3
	Telefonia fixa	Nota atribuída à resolução do problema de cobrança da prestadora; da alteração do plano ou condição comercial; do problema do pedido de cancelamento; do problema nas ligações	4
	Banda larga e TV	Nota atribuída à resolução: do problema de cobrança da prestadora; da alteração do plano ou condição comercial; do pedido de cancelamento de serviços ou pacotes; do problema de funcionamento da internet fixa/TV por assinatura	4
Cobrança*	Telefonia móvel pós paga, TV,	Notas atribuídas à cobrança dos valores na conta de acordo com o contratado e à clareza das informações na conta	2

	telefonía fixa, Banda Larga		
Funcionamento	Telefonia móvel pós paga, telefonia móvel pré-paga	Notas atribuídas à: capacidade de fazer e receber ligações; à qualidade das ligações; à capacidade de acessar a internet 3G/4G sempre que preciso; à capacidade de manter a conexão sem quedas e; à velocidade de navegação.	5
	Telefonia fixa	Notas atribuídas à: capacidade de fazer e receber ligações; à qualidade das ligações	2
	Banda Larga	Notas atribuídas à: disponibilidade da internet; capacidade de manter a conexão da internet sem quedas, velocidade de navegação (websites, downloads, vídeos etc.)	3
	TV	Nota atribuída à Disponibilidade do sinal da TV por assinatura; Qualidade da imagem da TV por assinatura	2
Oferta e Contratação	Todos	Nota atribuída com respeito à facilidade de entendimento dos planos e serviços contratados e ao comprometimento da operadora em cumprir o que foi prometido e divulgado em sua publicidade (Telefonia móvel pós paga)	2
Recarga	Telefonia móvel pré-paga	Notas atribuídas à: cobrança dos valores na conta de acordo com o contratado; clareza das informações na conta; aos valores disponíveis para recarga	3
Reparo e Instalação	Banda larga, TV e telefonía fixa	Notas atribuídas ao tempo de espera entre a solicitação de instalação e a visita do técnico; ao cumprimento do prazo acordado para reparo; à Qualidade do reparo do serviço	3

Fonte: (Anatel, Glossário)

Adicionalmente, Günther (2003) recomenda a análise dos **tipos de escalas** utilizados no questionário e enfatiza que é importante que os eventos e símbolos (normalmente numerais) sejam correspondentes de tal forma que a variação entre os símbolos (escala em si) corresponda, de forma linear, à variação entre os eventos. A percepção sobre a satisfação geral é medida por uma escala de 0 a 10, em que 0 significa que o respondente está totalmente insatisfeito e 10 totalmente satisfeito. Já a maioria dos itens da qualidade percebida, o respondente deveria dar uma nota de 0 (péssimo) a 10 (excelente) para cada aspecto avaliado.

Outra escala utilizada nos itens de qualidade percebida foi a dicotômica, sim ou não, para itens compostos por uma condição para responder a pergunta seguinte. Um exemplo seria: "Nos últimos 6 meses, você entrou em contato com sua operadora para falar sobre algum problema de cobrança?". Se o participante respondesse "Sim", ele seria estimulado a dar uma nota para a resolução de problema de cobrança. A escala dicotômica também foi usada em questões sobre o perfil do participante, na primeira parte do questionário (e.g. Você é o responsável pelo pagamento dos gastos desta linha da Operadora?). Por fim, as questões sociodemográficas usaram escalas nominais com opções suficientes para abarcar as variações entre os eventos. As perguntas sobre a quantidade de pessoas da residência e a renda total mensal/familiar foi aberta, sem opções de resposta. Para todas as questões, dicotômicas ou em escala de 0 a 10, o participante tinha a opção de não responder.

Na fase de **operacionalização dos itens**, conforme Pasquali (1999, p. 47), é importante definir as tarefas que os sujeitos terão que desempenhar para que se possa avaliar a magnitude de “presença do construto” (no caso a satisfação do consumidor, aqui entendida como conceito disposicional). As tarefas seriam, portanto, os relatos verbais avaliativos acerca dos atributos do serviço apresentados ao participante, registrados nas escalas de avaliação. Assim, essa fase consiste em determinar a quantidade de itens, selecionar os atributos (fonte dos itens) que serão avaliados para cada dimensão do serviço e definir a redação dos itens.

Vale ressaltar que, para abarcar parte ou toda a semântica do construto, um “número razoável” de itens é necessário (Pasquali, 1998, p. 9). Para que uma dimensão latente seja bem representada, sugere-se a construção de 20 itens. Porém, construtos mais simples exigem uma quantidade de itens menor (Pasquali, 1998). No entanto, em uma interpretação do conceito de satisfação como um conceito disposicional aberto – caracterizado justamente por uma lista indeterminada de possíveis relatos –, estabelecer um número ideal de itens não parece razoável. Por outro lado, do ponto de vista estatístico, Kline (2009) aponta que, para realização da Análise Fatorial Confirmatória (AFC), o número mínimo de itens exigido é de 2 por fator, para que o modelo seja identificado<sup>4</sup>. Observa-se na Tabela 3.2 que as dimensões de relatos de Qualidade

---

<sup>4</sup> O propósito da criação de índices, indicadores e ou fatores é sumarizar a multi-dimensionalidade dos itens em poucas variáveis, facilitando, assim, a tomada de decisão dos agentes interessados. Nesse sentido, para que se tenha indicadores minimamente informativos e aderentes aos objetivos da pesquisa sugere-se a utilização de fatores que

Percebida (interpretadas como dimensões de satisfação no nível dos atributos do serviço) foram mensuradas com 2 a 5 itens, a depender do tipo de serviço. A satisfação geral, por sua vez, foi medida por apenas 1 item. Com isso, a fim de ultrapassar a limitação mencionada, sugere-se mais uma vez que outros tipos de medidas de satisfação no nível de análise global sejam utilizados, como exemplificado anteriormente.

Para a seleção dos itens (atributos do serviço, no caso), Pasquali (1999, p. 47) sugere que se recorra a outros instrumentos que medem o construto de interesse (seja na literatura ou no mercado) e a entrevistas para levantamento de atributos de interesse junto ao público-alvo. De acordo com o Manual de Aplicação da Pesquisa para Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida Junto aos Usuários de Serviços de Telecomunicações (2015), os itens foram definidos com base em informações provenientes dos registros de reclamações dos usuários na Anatel, no conhecimento de especialistas em regulação da agência e suas demandas por informações. Segundo membros da Anatel, os itens da atual pesquisa também se basearam em itens adotados em instrumentos anteriores à versão de 2015 (no site da Anatel consta que os itens do instrumento de 2012 foram elaborados a partir de pesquisa com grupos focais).

Nota-se que a fonte do registro de reclamações, adotada pela Anatel, exerce função análoga às entrevistas sugeridas por Pasquali, dado que os registros de reclamações revelam os atributos críticos do serviço de acordo com relatos dos próprios consumidores (público-alvo). A consulta a especialistas em regulação da Agência, por sua vez, cumpriu função análoga à análise de juízes, atividade proposta na etapa de análise teórica dos itens, conforme sugerido por Pasquali (1999, p. 52). Observa-se, ainda, que apesar de ausência de etapa prévia de revisão de literatura, os itens e dimensões do serviço adotados pela Anatel são compatíveis com aqueles adotados por outras agências reguladoras e com a maioria das dimensões adotadas nos instrumentos encontrados na literatura. Portanto, conclui-se que de modo geral o instrumento está adequado, no que diz respeito à seleção de itens para a operacionalização do construto, apresentando, nesse sentido, evidências de validade de conteúdo<sup>5</sup>.

---

contenham pelo menos dois itens, como forma de reduzir a variabilidade interna do fator, mantendo assim seu nível explicativo.

<sup>5</sup> Validade de conteúdo é tratada aqui como o nível de congruência entre o conteúdo do instrumento e aquilo que se pretende medir. Conteúdo se refere aos temas abordados, redação e formato de apresentação dos itens (AERA, 2016, p. 14)

Ainda no que diz respeito à fase de operacionalização do construto, Pasquali (1998) define 10 critérios, descritos na Figura 3.4, para a elaboração (redação ou construção) adequada dos itens.

Figura 3.4

*Critérios para Avaliação da Elaboração de Itens. Fonte: Adaptado de Pasquali (1998).*

<b>Critério</b>	<b>Descrição</b>
Comportamental	O item deve exprimir uma ação clara e precisa do que se espera do respondente
Simplicidade	O item deve exprimir uma única ideia
Clareza	O item deve ser de fácil compreensão pela população-alvo da pesquisa
Modalidade	A redação da pergunta não deve adotar expressões extremadas, permitindo que o respondente manifeste a intensidade de sua reação apenas na escala de respostas.
Tipicidade	O item é redigido com expressões condizentes com o que se pretende avaliar.
Credibilidade	O item apresenta validade aparente ou <i>face validity</i> (parece pertinente, considerando-se o conteúdo que se pretende avaliar na pesquisa)
Relevância	O item deve ser consistente com o que está sendo medido
Desejabilidade	O item permite que o respondente expresse, objetivamente, sua opinião ou sentimento quanto ao conteúdo em questão
Precisão	O item deve ser diferente dos demais itens que cobrem o mesmo atributo
Variedade	Deve haver variação de linguagem e de escala de preferências dos itens

Além dos critérios apontados na Figura 3.4, outros dois foram propostos a partir da Análise Conceitual descrita anteriormente, no Capítulo 2. O primeiro deles é o chamado “nível de análise” que vai depender do que se pretende avaliar. Para a avaliação dos itens referentes à qualidade percebida, quanto ao nível de análise, avalia-se se o item remete o respondente à avaliação de um atributo específico do serviço (e não à avaliação global do serviço). E para a avaliação dos itens de satisfação, a redação do item deve remeter o respondente à avaliação global do serviço (e não de um atributo específico do serviço).

O segundo critério proposto foi chamado “parâmetros para a avaliação”. Deve-se avaliar se a redação do item sugere que o consumidor o avalie tomando como referência sua própria experiência com o serviço (e não a experiência de outras pessoas, ou a imagem da empresa da empresa no mercado, por exemplo) e o atendimento às suas demandas como consumidor.

Como o questionário está sendo analisado *a posteriori*, julgou-se necessário que alguns critérios fossem analisados por seis juízes, doutores nas áreas de análise do comportamento, comportamento do consumidor, psicologia e administração. Os **critérios analisados pelos juízes** foram aqueles relacionados à análise da redação dos itens considerados individualmente: critério comportamental, simplicidade, clareza, modalidade, tipicidade, credibilidade e nível de análise. Considera-se que a avaliação do atendimento a esses critérios, que envolvem a análise da redação dos itens, exija a interpretação do texto, o que aumenta a margem para que ocorra subjetividade na avaliação. Por esse motivo, optou-se por um julgamento realizado por peritos das áreas de pesquisa em marketing, comportamento do consumidor ou psicologia. Já os critérios de relevância, precisão, variedade e parâmetros para avaliação, que abarcam questões do questionário como um todo, foram **critérios analisados somente pela equipe de pesquisa**.

Uma exceção foi feita com relação à forma de avaliar critério da desejabilidade, que embora se trate de um critério referente à redação dos itens considerados individualmente, não foi avaliado pelos juízes, mas apenas pelos autores deste capítulo. Isso foi feito porque todos os itens dos instrumentos adotados na pesquisa da Anatel são respondidos pelos participantes em escalas objetivas (de 0 a 10), inclusive com a apresentação de opção de não resposta, o que permite que o respondente expresse, de forma objetiva, sua opinião acerca do serviço prestado pela operadora. Assim, considerou-se desnecessário submeter esse critério à análise de juízes.

Para a análise de juízes, um questionário foi construído (versão completa no Apêndice D). Cada item do instrumento de satisfação e qualidade percebida deveria ser avaliado segundo os critérios mencionados anteriormente, ou seja, para cada critério o juiz deveria indicar se o item estava adequado, não adequado ou parcialmente adequado. Além disso, o perito poderia sugerir melhorias.

Inicialmente são apresentados os resultados da análise de juízes referente aos itens de satisfação (nível de análise geral) (Tabela 3.3). O instrumento utilizado pela Anatel conta apenas

com um item para essa avaliação, o J1. Contudo, conforme ressaltado anteriormente, fatores com apenas um item podem não ser identificáveis. Além disso, a análise conceitual apontou a possibilidade de inclusão de outros relatos, expressos em forma de novos itens. Assim, solicitou-se aos juízes a avaliação não apenas do J1, mas também de outros itens sugeridos que, futuramente, poderiam compor a medida de satisfação geral (J2 à J6).

Os resultados da análise de juízes são apresentados na Tabela 3.3 em forma de pontuação. Os 6 juízes deveriam indicar se cada item estava adequado a cada critério avaliado. A resposta “sim, o item está adequado” equivale a 2 pontos, "parcialmente, pode melhorar" a 1 ponto e "não adequado", -1 ponto. Logo, a pontuação máxima para cada um dos critérios avaliados, caso todos os juízes indicassem que o item estava adequado ao critério, foi de 12 e a pontuação mínima, -6. Assim, a pontuação total poderia variar de -42, se todos os critérios de avaliação do item tivessem pontuação mínima, a 84, se todos os critérios tivessem pontuação máxima.

Tabela 3.3

*Resultado da Análise de Juízes dos Itens que Medem Relatos de a Satisfação do Consumidor.*

<b>Itens/critérios</b>	<b>Comportamental</b>	<b>Simplicidade</b>	<b>Clareza</b>	<b>Modalidade</b>	<b>Tipicidade</b>	<b>Credibilidade</b>	<b>Nível de análise</b>	<b>Pontuação total</b>	<b>Pontuação média</b>
Satisfação - J1TD - Pensando em toda sua experiência com sua linha móvel/telefone fixo/TV por assinatura da <NOME 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 <NOME DA OPERADORA>?	8	1	8	5	6	11	10	<b>49</b>	<b>7</b>
J2TD - Pensando em toda sua experiência com sua linha móvel/telefone fixo/TV por assinatura atual, indique o quanto o serviço prestado pela Operadora tem atendido às suas necessidades em uma	4	0	7	4	9	5	9	<b>38</b>	<b>5</b>

escala em que 0 significa nem um pouco a 10 muito.									
J3TD - Pensando em toda sua experiência com sua linha móvel/telefone fixo/TV, indique o quanto o serviço que você recebe da <NOME DA OPERADORA> se aproxima do serviço ideal para você, em uma escala em que 0 significa nem um pouco a 10 muito.	6	3	8	7	11	11	12	<b>58</b>	<b>8</b>
J4TD - Indique o quanto você acredita que acertou em contratar sua operadora, em uma escala em que 0 significa nem um pouco a 10 muito.	9	11	8	4	8	10	11	<b>61</b>	<b>9</b>
J5TD - Se você fosse contratar outra operadora hoje, qual a chance, de 0 a 10, de recontratar sua operadora atual?	9	11	11	8	5	11	11	<b>66</b>	<b>9</b>
J6TD - Em uma escala de 0 a 10, qual a chance de você recomendar sua operadora para amigos e familiares?	10	11	11	5	11	11	10	<b>69</b>	<b>10</b>

*Nota.* As siglas expostas à frente do item, como J6TD, indicam na avaliação de qual(is) serviço(s) esse item é ou deveria ser incluso. TD = todos (banda larga, internet fixa, telefonia fixa, pré e pós).

Conforme exposto na Tabela 3.3, o item J1 atendeu de diferentes modos a cada um dos critérios estabelecidos (com pontuação variando de 1 a 11). O critério com menor pontuação foi simplicidade – exprimir uma única ideia – (1 ponto); e modalidade – captar intensidade da reação apenas na escala de respostas e não na redação do item (5 pontos). Em sua redação foram realizadas algumas sugestões para melhoria, por parte de juízes:

- a) A expressão “em toda sua experiência” pode gerar dúvidas quanto ao período de referência que deve ser considerado pelo respondente na avaliação. Seria necessário especificar o período que se deseja que o respondente considere (e.g., Pensando em sua experiência nos últimos 12 meses...).
- b) Pode ocorrer de o respondente possuir mais de um serviço do mesmo tipo (duas linhas móveis ou assinaturas de TV da mesma empresa, por exemplo). Por isso, sugere-se especificar qual seria o serviço a ser avaliado (e.g. ...sua linha móvel pessoal mais utilizada).
- c) O trecho “e utilizando uma escala” no meio da pergunta pode interromper o raciocínio do respondente e dificultar a sua compreensão. A informação no início da frase seria mais adequada.

Quanto aos itens J2 à J6, as seguintes sugestões foram apresentadas:

- a) Especificar o período de referência para a avaliação, assim como no J1.
- b) Incluir o trecho “em uma escala[...]” no início ou após o comando da questão (essa informação, em alguns itens, está no meio da pergunta, como no J5TD e B1.1, por exemplo).
- c) Padronizar a escala utilizada em todo o conjunto de itens "J" (e.g. atende totalmente/não atende de forma alguma ou não se aproxima nem um pouco/se aproxima muito ou nada/muito ou muito pouco/extremamente)
- d) Utilizar questões mais diretas, como as apresentadas em J5 e J6, para que o enunciado se assemelhe a uma pergunta que se faz naturalmente em uma conversa (e.g. Considerando sua experiência nos últimos 12 meses, você está satisfeito? Considera que contratou a operadora ideal? Acertou na sua escolha?). Observa-se que essa sugestão se estende a todo o conjunto de itens do questionário.
- e) Especialmente no item J2, no trecho “tem atendido às suas necessidades”, esclarecer melhor o termo "necessidades", considerado vago e subjetivo.
- f) No item J4, especificar a operadora à qual se refere a pergunta.
- g) No item J5, considerar a alteração de “recontratar” para “contratar novamente”, e especificar o nome da operadora e o serviço que seria recontratado ((e.g. recomendar sua operadora de telefonia fixa).

- h) No J6, pensar melhor no uso do termo “chance”, já que pode passar a ideia de percentual, bem como especificar o serviço que deve ser avaliado (e.g. recomendar sua operadora de telefonia fixa).

Os itens que medem relatos de Satisfação do Consumidor não apresentaram pontuação negativa em nenhum dos critérios avaliados. Contudo, deve-se atentar primordialmente para o critério de simplicidade, com baixa avaliação nos itens J1TD a J3TD. No mais, todas sugestões propostas pelos juízes para os itens J são consideradas pertinentes e cabíveis. Por exemplo, especificar o período de referência ao respondente (sugestão a) padroniza o período de avaliação máximo que se deve considerar, evitando distorções entre o período considerado por participantes que possuem longo histórico como consumidores da operadora e aqueles clientes mais recentes. Da forma como está atualmente é possível que o período da experiência considerado para avaliação transcenda o período interesse da pesquisa, que é realizada anualmente.

A seguir, na Tabela 3.4, expõe-se a avaliação dos itens sobre Oferta e Contratação (B1\_1 e B1\_2) e Funcionamento do Serviço (C1\_1 à C1\_3) referentes aos relatos de Qualidade Percebida.

Tabela 3.4

*Resultado da Análise de Juízes dos Itens B e C (Qualidade Percebida)*

Itens/critérios	Comportamento	Simplidade	Clareza	Modalidade	Tipicidade	Credibilidade	Nível de análise	Pontuação total	Pontuação média
Pensando na oferta e contratação da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para:									
B1.1TD - Facilidade de entendimento dos planos e serviços contratados.	8	4	5	5	8	12	10	<b>52</b>	<b>7</b>
B1.2TD - A <OPERADORA> cumpre o que promete e divulga em sua publicidade.	8	2	7	2	8	10	8	<b>45</b>	<b>6</b>

C1.1BL - Disponibilidade da internet, ou seja, conseguir acessar sempre que preciso.	8	12	7	5	8	12	11	<b>63</b>	<b>9</b>
C1.1TF, TPRÉ e TPÓS - Pensando no funcionamento do serviço de ligações da sua linha móvel/fixa da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Conseguir fazer e receber ligações.	6	5	12	5	11	12	11	<b>62</b>	<b>9</b>
C1.1TV - Pensando no funcionamento da sua TV por assinatura da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Disponibilidade do sinal da TV por assinatura, ou seja, conseguir assistir à TV por assinatura sempre que preciso.	8	12	11	9	11	12	11	<b>74</b>	<b>11</b>
C1.2BL - Pensando no funcionamento do serviço de internet fixa contratada da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Capacidade de manter a conexão da internet sem quedas.	7	11	9	8	11	11	12	<b>69</b>	<b>10</b>
C1.2TF, TPRÉ e TPÓS - Pensando no funcionamento do serviço da sua linha fixa/móvel) da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Qualidade das ligações, ou seja, ausência de quedas, ruídos e interferências.	8	5	10	8	11	11	11	<b>64</b>	<b>9</b>
C1.2TV - Pensando no funcionamento do serviço da sua TV por assinatura da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Qualidade da imagem da TV por assinatura, ou seja, ausência de interferências, chuviscos, tela travada ou	4	8	9	9	11	12	11	<b>64</b>	<b>9</b>

sincronização entre som e imagem.									
C1.3BL - Pensando no funcionamento do serviço de internet fixa contratada da <OPERADORA>, qual nota você daria para: Velocidade de navegação (websites, downloads, vídeos, etc.).	6	12	11	9	11	12	9	<b>70</b>	<b>10</b>

*Nota.* As siglas expostas à frente do item, como J6TD, indicam na avaliação de qual(is) serviço(s) esse item é ou deveria ser incluso. BL = banda larga, TF = telefonia fixa, TV = Tv por assinatura, TPRÉ = telefonia pré, TPÓS = telefonia pós e TD = todos (banda larga, internet fixa, telefonia fixa, pré e pós).

Os itens B1\_1 e B1\_2 atenderam total ou parcialmente à maioria dos critérios avaliados. As seguintes sugestões foram apontadas pelos juízes:

- a) Uso dos termos “oferta e contratação” nesses itens pode gerar confusões, uma vez que são conceitos distintos (“oferta é a ação da operadora, ela que ofereceu, e contratação é a ação do consumidor, ele contratou” [juiz]). Sugere-se substituir para “Pensando nos serviços prestados pela operadora...”. O juiz 1 sugeriu deixar claro o nível de análise da avaliação, que a seu ver, parece se referir aspectos de avaliação global (nota-se que essa percepção se alinha à discussão já apresentada anteriormente sobre esse item, neste capítulo).
- b) Especialmente no item B1\_1, a forma como a questão está sendo apresentada parece dar a entender que é o consumidor que está sendo avaliado (“o consumidor pode pensar 'será que tenho habilidade para entender?'” [juiz]). Sugeriu-se alterar para deixar claro que a avaliação é da operadora (e.g. qual nota você daria para: clareza na apresentação ou explicação dos planos ou serviços fornecidos).
- c) No item B1\_2, há duas ações distintas sendo avaliadas, prometer e divulgar, o que dificulta a resposta. Além disso, a primeira parte da redação remete ao passado e a segunda parte, ao presente. Uma sugestão seria alterar para: para algo como “a operadora tem prestado o

serviço de acordo com o que prometeu e/ou divulgou antes de ter sido contratada por mim?”.

Quanto aos itens sobre o Funcionamento do serviço (C1\_1 a C1\_3), os juízes apontaram as seguintes recomendações:

- a) A substituição do termo “pensando” por “considerando” poderia melhorar a exposição dos itens.
- b) Em particular, o item C1\_1, do instrumento de banda larga, apresenta problemas de conjugação verbal: "disponibilidade..., ou seja, conseguir...", uma possível alteração seria “disponibilidade..., ou seja, tem conseguido acessar a internet sempre que precisa”.
- c) Já no item C1\_1, dos instrumentos de telefonia, o trecho “qual nota você daria para: conseguir...” pode soar estranho ao ouvinte. Uma sugestão seria: “...para: a possibilidade de fazer e receber ligações”.
- d) O item C1\_2, de banda larga e telefonias, faz o uso de uma gíria com sentido figurado (quedas). Sugeriu-se alterar para “interrupções”.
- e) Nos itens C1\_2 (TV por assinatura) e no C1\_3 (banda larga fixa), o uso de exemplos deixou o texto confuso, avaliando-se mais de um problema. A sugestão seria excluí-los.

Recomenda-se que as sugestões para melhoria dos itens de Oferta e Contratação e Funcionamento do serviço são pertinentes e passíveis de serem executadas. No Capítulo 7 apresentam-se as sugestões já implementadas, em conjunto com as demais proposições realizadas pela equipe de pesquisa neste capítulo e por aquelas decorrentes das análises quantitativas do instrumento.

A Tabela 3.5 expõe as avaliações dos itens relativos à Cobrança (expressos pelos códigos iniciados pela letra D) e aos Canais de Atendimento (expressos pelos códigos iniciados pela letra A).

Tabela 3.5

*Resultado da Análise de Juízes dos Itens D e A (Qualidade Percebida)*

<b>Itens/critérios</b>	<b>Compor tamenta l</b>	<b>Simpl icid ade</b>	<b>Clare za</b>	<b>Moda lidade</b>	<b>Tipici dade</b>	<b>Credi bilida de</b>	<b>Nível de análise</b>	<b>Pontua ção total</b>	<b>Pontuaç ão média</b>
D1.1BL,TV e TF - Pensando na cobrança da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Cobrança dos valores na conta de acordo com o contratado.	7	10	7	8	8	12	11	<b>63</b>	<b>9</b>
D1.2TBL, TV e TF - Pensando na cobrança da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Clareza das informações na conta.	10	11	11	8	11	12	12	<b>75</b>	<b>11</b>
D2.1TPRÉ e TPÓS - Pensando no funcionamento do serviço contratado de internet 3G/4G do seu celular da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Disponibilidade da internet 3G/4G, ou seja, conseguir acessar sempre que preciso.	10	10	6	8	11	12	11	<b>68</b>	<b>10</b>
D2.2TPRÉ e TPÓS - Pensando no funcionamento do serviço contratado de internet 3G/4G do seu celular da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Capacidade de manter a conexão da internet 3G/4G sem quedas.	9	8	11	11	8	11	11	<b>69</b>	<b>10</b>

D2.3 TPRÉ e TPÓS - Pensando no funcionamento do serviço contratado de internet 3G/4G do seu celular da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Velocidade de navegação (websites, downloads, vídeos, etc.).	8	8	11	8	11	11	11	<b>68</b>	<b>10</b>
A2.1TD - 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.	11	11	9	8	11	12	11	<b>73</b>	<b>10</b>
A2.2TD - Com relação ao atendimento telefônico da <OPERADORA>, e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Necessidade de repetir a demanda (Exemplo: pedido, solicitação, reclamação)	10	12	10	8	11	12	11	<b>74</b>	<b>11</b>
A2.3TD - Com relação ao atendimento telefônico da <OPERADORA>, e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Capacidade dos atendentes para esclarecer dúvidas, dar orientações ou informações.	10	8	10	8	11	12	11	<b>70</b>	<b>10</b>
A3TD - Qual nota você daria para a qualidade do atendimento telefônico da <OPERADORA>?	6	8	10	8	11	11	10	<b>64</b>	<b>9</b>
A4TD - Qual nota você daria para a qualidade do atendimento pela internet da <OPERADORA>?	7	10	10	7	10	11	10	<b>65</b>	<b>9</b>
A5TF, TPRÉ e TPÓS - Qual nota você daria para a qualidade do atendimento na loja da <OPERADORA>?	8	10	10	7	10	7	7	<b>59</b>	<b>8</b>

*Nota.* As siglas expostas à frente do item, como J6TD, indicam na avaliação de qual(is) serviço(s) esse item é ou deveria ser incluso. BL = banda larga, TF = telefonia fixa, TV = TV por assinatura, TPRÉ = telefonia pré, TPÓS = telefonia pós e TD = todos (banda larga, internet fixa, telefonia fixa, pré e pós).

Como exposto na Tabela 3.5, a maioria dos critérios nos itens de Cobrança e Canais de atendimento obtiveram pontuação superior a 7. Sugestões para deixar esses itens melhor apresentados são listadas a seguir:

- a) Substituir o termo “pensando” por “considerando”.
- b) No item D1\_1, o questionamento quanto à nota para cobrança causou estranheza. A indicação foi especificar qual seria o aspecto da cobrança que deve ser avaliado pelo respondente (e.g. agilidade na cobrança, precisão, pontualidade) e ainda acrescentar uma vírgula antes do “de acordo”. Entretanto, parece que o apontamento do juiz se refere ao enunciado geral da questão, uma vez que depois os itens de cobrança são específicos (clareza das informações na conta e cobrança em conformidade com o contratado).
- c) Além disso, no D2\_2 seria mais adequado substituir “quedas” por “interrupções”.
- d) No item A2\_2TD foi sugerido alterar “necessidade de repetir a demanda” para “necessidade de repetir o que foi solicitado ao atendente”.
- e) No item A2\_3TD são avaliadas diferentes capacidades dos atendentes no mesmo item (esclarecer dúvidas, dar orientações ou informações), avaliar a possibilidade de manter apenas uma ou alterar o texto para “capacidade dos atendentes resolverem sua solicitação”.
- f) Causou estranheza a presença de itens específicos e gerais a respeito do atendimento telefônico, e apenas gerais sobre atendimento na loja e pela internet. Questionou-se o porquê de itens específicos e gerais para atendimento telefônico e apenas gerais para atendimento na loja e pela internet, e se seria de fato necessário ter itens específicos. Caso não seja, seria melhor 1) excluir os itens específicos e deixar os gerais ou 2) excluir itens gerais e deixar apenas específicos, uma vez que o volume de perguntas pode mostrar-se cansativo ao respondente. Nesse caso, a equipe de pesquisa considera que talvez seja necessário acrescentar outros itens específicos para complementar os itens de atendimento telefônico, ou rever todos os itens específicos, de forma a enfatizar atributos de

atendimento que enfatizem os resultados do serviço prestado pelos diversos canais de atendimento.

Por fim, na Tabela 3.6 é apresentada a avaliação dos itens referentes à Cobrança do serviço de telefonia móvel pré-paga (E1\_1 a E1\_3), à Capacidade de Resolução de Problemas (expressos pelos códigos iniciados pela letra E ou F a depender do serviço) e ao Reparo e Instalação (expressos pelos códigos iniciados pela letra F).

Tabela 3.6

*Resultado da Análise de Juízes dos Itens E e F (Qualidade Percebida)*

<b>Itens/critérios</b> Enunciado: <i>Pensando na recarga da &lt;OPERADORA&gt; e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para:</i>	<b>Compo</b> <b>rtamen</b> <b>tal</b>	<b>Simpli</b> <b>cidade</b>	<b>Clare</b> <b>za</b>	<b>Modal</b> <b>idade</b>	<b>Tipici</b> <b>dade</b>	<b>Credi</b> <b>bilida</b> <b>de</b>	<b>Nível</b> <b>de</b> <b>análise</b>	<b>Pontua</b> <b>ção</b> <b>total</b>	<b>Pontuaç</b> <b>ão</b> <b>média</b>
E1.1TPRÉ - Cobrança dos valores na recarga de acordo com o utilizado.	6	11	9	9	11	12	11	<b>69</b>	<b>10</b>
E1.2TPRÉ - Clareza na forma como seus créditos são consumidos.	10	11	11	8	11	10	11	<b>72</b>	<b>10</b>
E1.3TPRÉ - Opções de valores de recarga.	7	12	8	9	12	11	11	<b>70</b>	<b>10</b>
E2BL, TV e TF - Resolução do problema de cobrança pela <OPERADORA>?	8	10	9	7	10	7	10	<b>61</b>	<b>9</b>
E4 ou F4TD- Qual nota você daria para a resolução da alteração de plano ou condição comercial pela <OPERADORA>?	2	1	4	7	10	10	10	<b>44</b>	<b>6</b>

E6 ou F6TD - Qual nota você daria para a resolução do pedido de cancelamento pela <OPERADORA>?	2	7	6	8	8	11	12	<b>54</b>	<b>8</b>
E8BL - Qual nota você daria para a resolução do problema de funcionamento da internet fixa pela <OPERADORA>, numa escala de 0 a 10?	8	8	8	8	11	11	11	<b>65</b>	<b>9</b>
E8TV - Qual nota você daria para a resolução do problema de funcionamento do serviço de TV pela <OPERADORA>, numa escala de 0 a 10?	8	8	6	8	11	11	10	<b>62</b>	<b>9</b>
E8TF ou F8TPRÉ e TPÓS - Qual nota você daria para a resolução do problema nas ligações pela <OPERADORA>, numa escala de 0 a 10?	5	8	3	8	11	11	10	<b>56</b>	<b>8</b>
F2PRÉ - Numa escala de 0 a 10, qual nota você daria para a resolução do problema de recarga pela <OPERADORA>?	9	9	9	9	12	10	10	<b>68</b>	<b>10</b>
F2PÓS - Numa escala de 0 a 10, qual nota você daria para a resolução do problema de cobrança pela <OPERADORA>?	8	9	7	8	11	11	10	<b>64</b>	<b>9</b>
F6TPRÉ ou F10TPÓS - Qual nota você daria para a resolução do problema na internet 3G/4G do seu celular pela <OPERADORA>, numa escala de 0 a 10?	8	6	8	6	8	9	8	<b>53</b>	<b>8</b>
F2.1TFeTV - Pensando na instalação da linha fixa/internet fixa/TV por assinatura da <OPERADORA>, em uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Tempo de espera entre a solicitação e a visita do técnico.	8	8	11	8	11	12	11	<b>69</b>	<b>10</b>

F2.2TFeTV - Pensando na instalação da linha fixa/internet fixa/TV por assinatura) da <OPERADORA>, em uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Cumprimento do prazo acordado.	8	9	7	8	11	10	10	<b>63</b>	<b>9</b>
F2.3TFeTV - Pensando na instalação da linha fixa/internet fixa/TV por assinatura) da <OPERADORA>, em uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Qualidade da instalação do serviço.	7	5	6	8	12	11	11	<b>60</b>	<b>9</b>
F4.1TFeTV - Pensando no reparo realizado em sua linha fixa/internet fixa/ por assinatura) da <OPERADORA>, em uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Tempo de espera entre a solicitação e a visita do técnico.	8	9	8	8	10	10	9	<b>62</b>	<b>9</b>
F4.2TFeTV - Pensando no reparo realizado em sua linha fixa/internet fixa/ por assinatura) da <OPERADORA>, em uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Cumprimento do prazo acordado.	7	9	7	8	10	10	9	<b>60</b>	<b>9</b>
F4.3TFeTV - Pensando no reparo realizado em sua linha fixa/internet fixa/TV por assinatura) da <OPERADORA>, em uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para: Capacidade de resolução do reparo.	7	7	7	9	7	10	8	<b>55</b>	<b>8</b>

*Nota.* As siglas expostas à frente do item, como J6TD, indicam na avaliação de qual(is) serviço(s) esse item é ou deveria ser incluso. BL = banda larga, TF = telefonia fixa, TV = Tv por assinatura, TPRÉ = telefonia pré, TPÓS = telefonia pós e TD = todos (banda larga, internet fixa, telefonia fixa, pré e pós).

Como exposto na Tabela 3.6, a maioria dos juízes avaliaram os itens como adequados ou parcialmente adequados a todos os critérios avaliados, resultando em pontuações superiores a 6 e pontuação média igual a 10. As sugestões ou comentários para melhoria desses itens referentes à Cobrança da telefonia móvel pré-paga foram:

- a) No item E1\_1 alterar a redação para “cobrança dos valores na recarga de acordo com os serviços utilizados”.
- b) No E1\_2 foi sugerida a alteração de “clareza na forma como os créditos são consumidos” para “clareza na explicação de como os créditos são consumidos”.
- c) Por fim, o item E1\_3 não deixa claro o que em relação às opções deve ser avaliado (e.g. quantidade de opções, diversidade delas).

A maioria dos itens de Resolução de Problemas obtiveram pontuação média superior a 8, sendo que o único item com pontuação inferior foi o E4 ou F4TD (os critérios mais deficitários foram comportamental, simplicidade e clareza). Sugestões para melhoria do item E4 e dos demais são apresentadas a seguir:

- a) Nos itens de resolução de problemas sugeriu-se avaliar o uso do termo “resolução”, pois não é utilizado com frequência na linguagem cotidiana. O juiz sugeriu a possibilidade de considerar a substituição do termo por “efetivação”.
- b) Na redação do item E4 ou F4TD (resolução da alteração de plano) não está claro o que deve ser avaliado pelo respondente e nem o significado de “condição comercial”. A sugestão foi excluir ou avaliar condição comercial em um item à parte, uma vez que parece ser diferente de alteração de plano.
- c) A redação do item F4\_3TF e TV (resolução do reparo) também foi considerada confusa.
- d) Nos itens E8TF ou F8TPRÉ e TPÓS, apontou-se que não é possível compreender, especificamente, o que seriam problemas nas ligações. Entretanto, pondera-se que essa avaliação ocorreu porque os juízes não tiveram acesso às questões condicionais apresentadas antes dos itens de qualidade percebida (no caso, ao item F7), em que se questiona ao respondente se ele entrou em contato com a operadora para falar sobre problemas nas ligações.
- e) No F2PÓS, acrescentar “indevida” após “cobrança”.

- f) Especificar, nos itens F2\_2 e F4\_2TF e TV, o prazo ao que o item se refere (e.g. tempo que o técnico leva para instalar) e, no F2\_3TF e TV, o que seria avaliado na instalação (e.g. qualidade da instalação).

Portanto, em todos os itens do instrumento, apontou-se necessidade de esclarecer ao respondente o que seria 0 e 10 (no entanto, essa informação é dada no início do bloco de questões, e pode não ter sido notada pelos juízes, que avaliaram item a item), alterar o termo “pensando”, presente no início de muitos itens, por “considerando” e considerar a exposição da pergunta de uma forma mais direta (como em uma conversa). Foi ressaltado que o questionário está muito longo, com a solicitação de muitos detalhes que talvez não sejam relevantes. Além disso, foi apontado que há itens que se assemelham. A sugestão foi reavaliar a necessidade de um número tão grande de itens para a tomada de decisão da Agência reguladora. Talvez um instrumento com menor nível de detalhes seja menos cansativo e repetitivo para o respondente, bem como mais efetivo para a reguladora (uma vez que se evita o risco de reduzir a sua validade).

Após a descrição da análise dos juízes, apresenta-se a **avaliação dos demais critérios** (precisão, desejabilidade, relevância e parâmetros de avaliação), realizada pela equipe de pesquisa:

- a) Considera-se que todos os itens obedecem aos critérios de precisão e desejabilidade já que são distintos entre si e o respondente é capaz de expressar objetivamente uma opinião acerca do conteúdo apresentado na escala de respostas.
- b) No entanto, alguns itens não respeitam o critério da relevância, já que podem constituir mais de uma dimensão.
- i) Os itens sobre resolução de problemas de cobrança (item F1\_2, Item F2 para telefonia pós-paga; E2 para telefonia fixa, TV por assinatura e banda larga fixa) e de recarga (Item F2-telefonia pré-paga), além de comporem a dimensão “Capacidade de Resolução”, também poderiam estar na dimensão “Cobrança”.
  - ii) Da mesma maneira, o item sobre resolução de alteração de plano (item E4 para telefonia fixa, TV por assinatura e banda larga fixa; item F4 para telefonia pós-paga) poderia estar na dimensão de “Oferta e Contratação”;
  - iii) Os itens sobre resolução de problemas nas ligações (Item F8 para telefonia pós-paga; F4 para telefonia pré-paga e E8 para telefonia fixa), na internet 3G/4G (Item

F6 para telefonia móvel pré-paga e F10 para telefonia pós-paga), no funcionamento da internet fixa (Item E8 para banda larga fixa) e no funcionamento do serviço de TV (Item E8 para TV por assinatura) na dimensão “Funcionamento”;

- iv) Os itens sobre recarga (itens E1\_1, E1\_2 e E1\_3 da telefonia pré-paga) também poderiam compor a dimensão “Cobrança” e
- v) O item sobre o cumprimento do prazo acordado no reparo (Item F4\_2 para banda larga fixa e TV por assinatura e telefonia fixa) também poderia compor a dimensão “Oferta e Contratação”.

Somente o item J1, relativo à satisfação, obedeceu ao critério de variedade (7). Nota-se que o restante dos itens não varia a linguagem e apresenta muita repetição, principalmente do início das frases. Alguns termos repetidos: “Pensando... e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para” e “Qual nota você daria para...”. Essa repetição pode ser justificada, no entanto, porque o formulário de pesquisa é aplicado por telefone e o respondente não tem acesso visual aos itens. É importante que a estrutura lógica do instrumento seja construída de forma a minimizar o esforço cognitivo requerido, fazendo com que a tarefa pareça breve (Gunther, 2003), o que justifica a manutenção desse estilo de redação repetitivo.

Em relação ao **critério de parâmetros de avaliação**, nota-se que o item referente à satisfação geral com o serviço aponta diretamente que o respondente deve levar em conta a sua experiência com a operadora avaliada para responder a pergunta: “Pensando em toda sua experiência com a internet fixa 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>?”. Esta mesma questão se repete nos questionários de todos os serviços.

Somente os itens B1\_1 (facilidade de entendimento os planos e serviços contratados) e B1\_2 (cumprimento do que promete), da dimensão de "Oferta e Contratação" (presente em todos os 5 questionários), não demonstram claramente que o respondente deve considerar sua experiência ao respondê-los. O enunciado que os antecede é: "Pensando na oferta e contratação da <OPERADORA> e utilizando uma escala de 0 a 10, qual nota você daria para:". Assim, a redação deixa margem para o respondente avaliar a facilidade de entendimento dos planos com base na imagem pública da operadora, e não necessariamente na sua experiência pessoal. O

restante dos itens de qualidade percebida aponta o parâmetro de avaliação, como por exemplo: Item C1\_1 "Pensando no funcionamento do serviço da sua [grifo nosso] linha fixa da <OPERADORA>, qual nota você daria para: conseguir fazer e receber ligações?" A redação acusa claramente que, ao responder à questão, o respondente deve levar em conta a linha fixa que ele utiliza.

### **3.3 Considerações finais**

A partir das análises realizadas neste capítulo, observa-se que, em geral, o instrumento aplicado pela ANATEL é adequado do ponto de vista qualitativo, pois apresenta evidências de validade de conteúdo. Porém, verificou-se que há espaço para a realização de alterações com o intuito de aprimorar o questionário. Para finalizar a análise do instrumento e propor o conjunto de alterações cabíveis, resta ainda realizar análises quantitativas que permitam testar a estrutura interna do instrumento e de suas dimensões, assim como para verificar quais são os itens mais relevantes.

Apresenta-se, no capítulo a seguir, os resultados dos procedimentos quantitativos realizados para testar a validade da estrutura interna do instrumento da ANATEL, por meio de Análise Fatorial, e para identificar os itens do instrumento que, ao serem respondidos, explicam a maior variabilidade nas avaliações realizadas pelo consumidor. Essas análises devem ampliar o conjunto de evidências necessárias para que as sugestões de aprimoramento do instrumento sejam realizadas, e apresentadas no Capítulo 7.

## REFERÊNCIAS

- Aguiar, J. C. (2017). *Teoria Analítico-Comportamental do Direito. Para Uma Abordagem Científica do Direito Como Sistema Social Funcional* (1ª edição). Núria Fabris.
- American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education. (2014). Standards for Educational and Psychological Testing. Amer Educational Research Assn.
- Anatel. (2018). Relatório Analítico 2018. Recuperado de: [https://www.anatel.gov.br/publicacoes/pesquisa\\_relatorio\\_analiti](https://www.anatel.gov.br/publicacoes/pesquisa_relatorio_analiti). ([s.d.]).
- Brasil, Anatel. Resolução, nº 632, 45 (2014). <https://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2014/750-resolucao-632>
- Foxall, G. R. (2010). Invitation to Consumer Behavior Analysis. *Journal of Organizational Behavior Management*, 30(2), 92–109. <https://doi.org/10.1080/01608061003756307>
- Günther, H. (2003). *Como elaborar um questionário* (Série: Planejamento de pesquisa nasciências sociais, 01). Brasília.
- Kline, R. B. (2009). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling, Fourth Edition* (Fourth edição). The Guilford Press.

- Matias, J., Reis, M., & Azevedo, S. (2015). Framework to analyse the influence of quality on customer satisfaction in the mobile telecommunication sector. *Quality - Access to Success*, 16, 85–92.
- Morgeson, F. V., Sharma, P. N., & Hult, G. T. M. (2015). Cross-National Differences in Consumer Satisfaction: Mobile Services in Emerging and Developed Markets. *Journal of International Marketing*, 23(2), 1–24. <https://doi.org/10.1509/jim.14.0127>
- Oliveira-Castro, J. M., Borges, C. P., Porto, R. B., & Carreiro, P. L. (2019). *Relatório Técnico 1—Comportamento & Consumo*. ibict/Anatel.
- Pasquali, L. (1998). Principios de elaboracao de escalas psicologicas. *Rev. psiquiatr. clín. (São Paulo)*, 25(5), 206–213.
- Pasquali, L. (2009). Psicometria. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 43(spe), 992–999. <https://doi.org/10.1590/S0080-62342009000500002>
- Pasquali, L. (1999). *Instrumentos psicológicos: Manual prático de elaboração*. Brasília: LabPAM/IBAPP.
- Reichheld, F. F. (2003, dezembro 1). The One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review*, December 2003. <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>