

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE ELETRÔNICA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM SISTEMAS DE TELECOMUNICAÇÕES

CINTIA KLAUMANN LIMA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS DAS OPERADORAS
DE TELEFONIA NA REGIÃO DE CURITIBA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA
2015

CINTIA KLAUMANN LIMA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS DAS OPERADORAS
DE TELEFONIA NA REGIÃO DE CURITIBA**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, apresentado à disciplina de Trabalho de Diplomação, do Curso Superior de Tecnologia em Sistemas de Telecomunicações do Departamento Acadêmico de Eletrônica – DAELN da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo.

Orientador: Prof. Ubiradir Mendes Pinto

CURITIBA
2015

TERMO DE APROVAÇÃO

CINTIA KLAUMANN LIMA

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS DAS OPERADORAS DE TELEFONIA NA REGIÃO DE CURITIBA

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi apresentado no dia 1 de julho de 2015 como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Sistemas de Telecomunicações. A aluna foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

Prof. Dr. Kleber Kendy Horikawa Nabas
Coordenador de Curso
Departamento Acadêmico de Eletrônica

Prof. Esp. Sérgio Moribe
Responsável pela Atividade de Conclusão de Curso
Departamento Acadêmico de Eletrônica

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ubiradir Mendes Pinto
Orientador
Departamento Acadêmico de Eletrônica

Prof. MSc. Edilson Carlos Machado
Departamento Acadêmico de Eletrônica

Prof. MSc. Alexandre Jorge Miziara
Departamento Acadêmico de Eletrônica

“O Termo de Aprovação assinado encontra-se na Coordenação do Curso”

RESUMO

LIMA, Cintia Klaumann. **Avaliação da Qualidade dos Serviços das Operadoras de Telefonia na Região de Curitiba**. 2015. 50f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Sistemas de Telecomunicações), Departamento Acadêmico de Eletrônica, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba 2015.

Vivemos a era da informação, onde os sistemas de telecomunicações têm sido o instrumento de integração e desenvolvimento econômico. Neste contexto as operadoras de telefonia vêm ganhando significado destaque. Este trabalho consiste em apresentar a importância dos indicadores de qualidade para medir o desempenho e a qualidade dos serviços prestados pelas operadoras de telefonia fixa e móvel na região de Curitiba. Para tanto será apresentada inicialmente uma visão e o conceito dos indicadores utilizados para medir o desempenho das operadoras. Na sequência os serviços mais relevantes para os clientes e por fim será feita uma análise da qualidade dos serviços prestados pelas operadoras com base nestes indicadores. Desta forma, será possível avaliar a qualidade dos serviços prestados mostrando também quais prestadoras possuem os maiores índices de reclamações entre os consumidores. Foram analisados os setores de telefonia fixa e móvel. Com este estudo conclui-se que os indicadores existem, são divulgados, mas não refletem a forma como os clientes avaliam a qualidade e que não são todas as operadoras que investem em um sistema de melhoria contínua e em um processo de pós-venda com qualidade, criando assim a insatisfação de seus clientes.

Palavras-chave: Telefonia Fixa. Telefonia Móvel. Indicadores de Qualidade. Qualidade dos serviços.

ABSTRACT

LIMA, Cintia Klaumann. **Quality evaluation of Telephony Operators Services in Curitiba**. 2015. 50f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Tecnologia em Sistemas de Telecomunicações, UTFPR, Curitiba, 2015.

We live in the information age, where the telecommunications systems have been the instrument of integration and economic development. In this context telephone operators has been gaining meaning prominent. This work is to present the importance of quality indicators for measuring the performance and quality of services provided by fixed and mobile operators in the region of Curitiba. To do so will be initially presented a vision and the concept of the indicators used to measure the performance of operators. Following the most relevant services for customers and finally there will be an analysis of the quality of services provided by operators based on these indicators. This way, you can assess the quality of services also showing which providers have the highest rates of complaints among consumers. The fixed and mobile sectors were analyzed. With this study it is concluded that the indicators there are disclosed, but do not reflect how customers evaluate the quality and are not all operators that invest in a system of continuous improvement and a process of after-sales quality thus creating dissatisfaction of their clients.

Keywords: Fixed Telephony. Mobile Telephony. Quality Indicators. Quality of Services.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Gap's do Processo de Prestação de Serviços	13
Figura 2 - Ranking de Voz.....	25
Figura 3 - Quantidade de ERBs	25
Figura 4 - Resultado IDA de telefonia celular referente à Junho/2014	29
Figura 5 - Resultado IDA de telefonia fixa referente à Junho/2014	30
Figura 6 - Índice de satisfação da telefonia fixa e telefone de uso público.....	31
Figura 7 – Índice de satisfação da telefonia móvel (Serviço Móvel Pessoal)	31
Figura 8 - Taxa de conexão de voz	32
Figura 9 - Taxa de desconexão de voz	33
Figura 10- Taxa de conexão de dados.....	34
Figura 11- Taxa de desconexão de dados.	35
Figura 12 - Taxa conexão de dados 3G.....	36
Figura 13- Taxa desconexão de dados 3G	37
Figura 14 – Melhores operadoras com base nos indicadores	41
Figura 15 – Gráfico do número de assinantes e reclamações da telefonia celular ...	42
Figura 16 – Gráfico do número de assinantes e reclamações da telefonia fixa	42
Figura 17- Porcentagem de reclamações em relação ao número de clientes da telefonia celular	43
Figura 18- Porcentagem de reclamações em relação ao número de clientes da telefonia fixa	43

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÔNIMOS

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações
CTBC - Companhia Telefônica do Brasil Central
DBM - *Database Marketing*
EMBRATEL - Empresa Brasileira de Telecomunicações
ERB - Estação Rádio Base
GVT - Global Village Telecom
IDA - Índice de Desempenho no Atendimento
IP - *Internet Protocol*
PMM - Períodos de maior movimento
PROCON-PR - Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Paraná
QoS - Qualidade de Serviço
SAC - Serviço de Atendimento ao Cliente
SER - Serviço Móvel Especial de Radio chamada
SMC - Serviço Móvel Celular
SME - Serviço Móvel Especializado
SMP - Serviço Móvel Pessoal
SMGS - Serviço Móvel Global por Satélite
SRTT - Serviço de Rede de Transporte de Telecomunicações
STFC - Serviço Telefônico Fixo Comutado
TIM - Telecom Itália Mobile
VOIP - *Voice Over Internet Protocol*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 PROBLEMA.....	8
1.2 JUSTIFICATIVA	9
1.3 OBJETIVOS	9
1.3.1 Objetivo Geral.....	9
1.3.2 Objetivos Específicos	9
1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	11
2.2 QUALIDADE DOS SERVIÇOS PERCEBIDA PELOS CLIENTES.....	12
2.3 TELEFONIA FIXA.....	14
2.4 TELEFONIA MÓVEL (SMC E SMP).....	14
2.5 PRINCIPAIS SERVIÇOS MAIS VALORIZADOS PELOS CLIENTES	16
2.5.1 Serviços Baseados em Consumo.....	16
2.5.2 Serviços com Preços Fixos.....	17
2.5.3 Serviços Dedicados	17
2.6 INDICADORES DA QUALIDADE E DO DESEMPENHO.....	18
2.6.1 Principais Indicadores de Qualidade Utilizados pelas Operadoras	19
2.9 APLICATIVO ANATEL SERVIÇO MÓVEL.....	24
2.9.1 Funcionamento do Aplicativo.....	24
2.10 PROCESSOS DE PÓS-VENDA UTILIZADOS PARA ATENDER AS NECESSIDADES DOS CLIENTES.....	25
2.11 RECLAMAÇÕES.....	27
3 DESENVOLVIMENTO	28
3.1 ÍNDICE DE DESEMPENHO NO ATENDIMENTO – IDA.....	28
3.2 PESQUISAS DE SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS.....	30
3.3 ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS COM BASE NOS INDICADORES	32
3.3.1 Atendimento ao Cliente das Operadoras.....	37
3.3.2 Reclamações dos Clientes	40
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	41
5 CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS	46

1 INTRODUÇÃO

Os avanços nas áreas tecnológicas trazem benefícios para os usuários de telefonia em geral. Porém as operadoras muitas vezes não estão devidamente preparadas para novas tecnologias, pois para a incorporação de novos serviços oferecidos a qualidade nem sempre vem em primeiro lugar, o que acaba diferenciando uma operadora da outra.

No Brasil, o setor de telecomunicações registrou expressivo crescimento após a sua privatização ocorrida em julho de 1998. O mundo das telecomunicações está passando por constantes mudanças tecnológicas, sendo assim, as operadoras estão tendo que mudar a sua forma de relacionamento no mercado, com seus clientes e com seus fornecedores. A convergência tecnológica entre os setores de telecomunicações, informática e entretenimento, antes distintos, hoje estão acelerando o desenvolvimento de novos serviços.

Na área de telecomunicações há diversos segmentos, como:

- Telefonia fixa;
- Telefonia celular;
- TV por assinatura;
- Internet banda larga.

Todas estas áreas visam uma integração para atingir o consumidor final, corporativo ou residencial, com soluções específicas para cada um. O que o cliente espera é um serviço de qualidade e que seja prontamente atendido quando surgir algum problema com o serviço contratado.

1.1 PROBLEMA

A abrangência dos serviços prestados pelas operadoras de telecomunicações vem aumentando consideravelmente e atingindo um número cada vez maior de clientes. O que se observa é que a qualidade dos serviços não tem crescido proporcionalmente a essa oferta e que o número de clientes insatisfeitos vem aumentando a cada dia. Este trabalho de conclusão de curso consiste em identificar

os principais indicadores utilizados para avaliar e determinar a qualidade dos serviços das operadoras de telefonia e as operadoras de melhor desempenho na região de Curitiba, possibilitando consideráveis melhorias na oferta de seus serviços.

1.2 JUSTIFICATIVA

Um maior investimento em novas tecnologias para estabelecer a qualidade nos serviços ofertados pelas operadoras de telefonia está ganhando destaque dentro das empresas, pois desta forma, é possível coletar dados que irão ajudar a melhorar a prestação de serviços e aumentar o número de clientes satisfeitos. O uso dos indicadores utilizados para avaliar a qualidade dos serviços, ajudará a identificar as operadoras com melhor qualidade e possibilitará consideráveis melhorias na oferta de seus serviços, visando minimizar a insatisfação de seus clientes.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Avaliar a qualidade dos serviços prestados pelas operadoras de telefonia na região de Curitiba.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar os principais indicadores de qualidade na prestação de serviços utilizados pelas operadoras;

- Avaliar os processos de pós-venda utilizados para atender às necessidades dos clientes;
- Identificar os serviços mais valorizados pelos clientes;
- Avaliar a qualidade dos serviços prestados com base nos indicadores.

1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa será do tipo exploratória e explicativa através da coleta de dados junto às operadoras de telefonia e a ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações).

Serão avaliadas as operadoras de telefonia VIVO, TIM, OI e CLARO no que diz respeito à telefonia fixa e telefonia móvel na região de Curitiba.

Primeiramente, serão descritos os serviços mais valorizados pelos clientes, bem como o conceito de qualidade do ponto de vista do usuário.

Depois, serão levantados os principais indicadores de qualidade utilizados para avaliar a qualidade dos serviços das operadoras, verificando a sua eficácia quanto ao atendimento das necessidades dos clientes.

Por fim, será analisada a qualidade na prestação de serviços por parte das operadoras com base nos indicadores e o seu processo de relacionamento com os clientes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Com o aumento de concorrência e a competitividade entre as empresas de telefonia, as exigências de seus clientes aumentaram na mesma proporção exigindo que as organizações atendam às necessidades de seus clientes. O fator que faz a diferença para a escolha dos clientes por uma operadora é a qualidade na prestação de serviço que é determinante para o sucesso ou fracasso de uma empresa.

A qualidade é a adequação ao uso, a conformidade às exigências. A alta competitividade exige das empresas qualidade no fornecimento dos serviços, garantindo fidelidade do consumidor a longo prazo.

As organizações devem se ajustar ao mercado permanentemente, implantando estratégias da qualidade que satisfaçam os clientes, pois os concorrentes criam novas vantagens diferenciadas que devem ser ultrapassadas. No espaço organizacional, para o desenvolvimento das funções da qualidade, deve-se desenvolver em cada processo a dinâmica da qualidade, estender-se dentro do sistema da empresa e ampliar-se ou se alinhar a outras missões: prazos, custos, flexibilidade (TEBOUL, 1991).

O termo QoS (Qualidade de serviços) serve para mensurar a qualidade dos serviços oferecidos por uma rede de comunicações, ou seja, refletir o quanto ela é capaz de atender às expectativas de seus usuários através dos serviços que a mesma os oferecem. O objetivo da QoS é fornecer serviço de rede melhor e mais previsível, fornecendo largura de banda dedicada, jitter controlado e latência, e perda de características melhoradas. Portanto QoS é o conjunto de regras que descrevem e determinam a qualidade de um aplicativo ou recurso, delimitando sua largura de banda, prioridade, utilização de CPU (unidade central de processamento) (TELECO, 2015).

2.2 QUALIDADE DOS SERVIÇOS PERCEBIDA PELOS CLIENTES

A qualidade de um produto seja ele tangível ou intangível, adquirido, é o que vai garantir a satisfação do cliente e, também, o sucesso da empresa.

Segundo Gronroos (2006) a experiência que um cliente teve com certo serviço, pode influenciar sua avaliação pós-consumo, que é um resultado da percepção que o cliente tem do serviço em si.

Sendo assim, a qualidade do serviço depende dos serviços esperados e serviços previstos. As promessas feitas pelas operadoras de telefonia da prestação de serviços de qualidade, atendimento diferenciado e personalizado, serviço rápido, tudo isso gera expectativas nos clientes e acaba que por influenciar no serviço previsto, o que assegura uma boa qualidade é quando as percepções dos clientes excedem as suas expectativas. Para satisfazer as necessidades dos clientes, é importante que os gestores saibam unir o serviço esperado com o serviço percebido, ambos não devem de maneira alguma ser independentes, pois um influenciará o outro.

As expectativas dos usuários de telefonia quanto à prestação de serviço das operadoras são:

- Atendimento das solicitações de reparo;
- Atendimento das solicitações de serviço de mudança;
- Atendimento por telefone ao usuário em 10s;
- Atendimento com qualidade pelo SAC;
- Ausência de erros em contas;
- Disponibilidade de sinal em todas as regiões;
- A correta cobrança no valor das chamadas.

Existe um modelo conceitual de qualidade dos serviços, que foi denominado de GAP'S que pode ser visto na Figura 1:

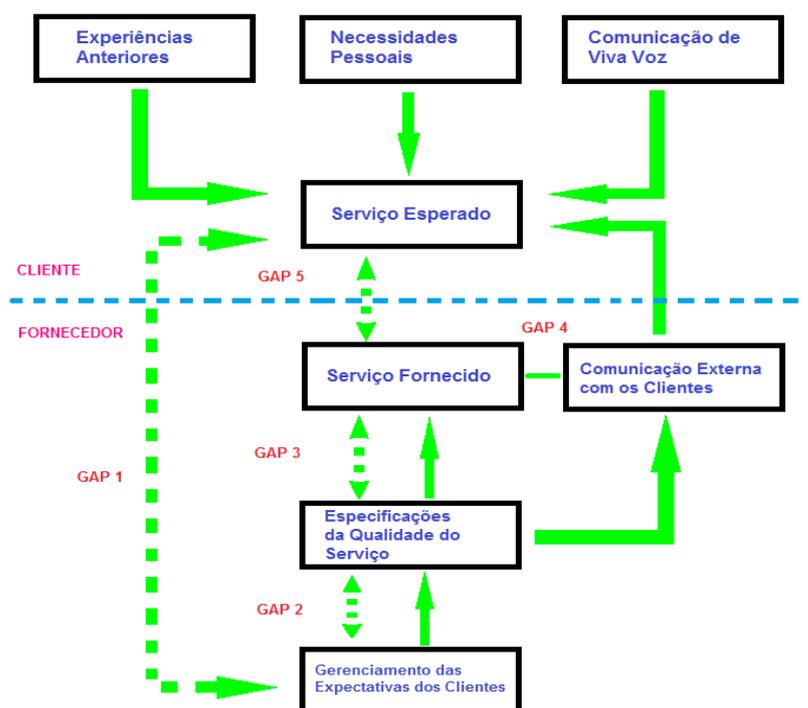


Figura 1- Gap's do Processo de Prestação de Serviços.
Fonte: Merkatus (2014).

GAP 1: Ocorre entre as expectativas dos clientes e a percepção da gerência destas expectativas (não saber o que o cliente espera) - a empresa não identifica a qualidade requerida pelos clientes.

GAP 2: Entre a percepção da gerência sobre as expectativas dos clientes e a especificação da qualidade dos serviços, (o serviço errado - padrões de qualidade) - a qualidade planejada pela administração não vai de encontro à qualidade requerida pelos clientes.

GAP 3: Entre as especificações da qualidade do serviço e o serviço fornecido. (Diferença na *performance* do serviço) - a qualidade oferecida pelos empregados não corresponde à qualidade planejada pela administração.

GAP 4: Entre o serviço entregue e a comunicação externa aos clientes sobre o serviço fornecido - o marketing final é diferente da qualidade oferecida pelos empregados.

GAP 5: O GAP 5 é a diferença entre o que o cliente espera e o que efetivamente a empresa lhe entrega. É o conjunto dos gaps de 1 a 4.

Esse é um dos modelos de qualidade de serviço, se uma empresa fizer uso deste, poderá atender melhor às necessidades dos clientes.

O cliente pode perceber a qualidade dos serviços das operadoras considerando também alguns fatores como a qualidade nas ligações, qualidade no atendimento, melhor cobertura, fácil acesso as lojas, boa reputação no mercado e preços adequados aos serviços ofertados.

2.3 TELEFONIA FIXA

O Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC) é o serviço de telecomunicações que, por meio da transmissão de voz e de outros sinais, destina-se à comunicação entre pontos fixos determinados, utilizando processos de telefonia. De interesse coletivo, o STFC é prestado em regime público e em regime privado e admite as seguintes modalidades segundo Teleco (2014):

- Local: destinada à comunicação entre pontos fixos determinados, situados em uma mesma área Local.
- Longa Distância Nacional: destinada à comunicação entre pontos fixos determinados, situados em áreas locais distintas no território nacional.
- Longa Distância Internacional: destinada à comunicação entre um ponto fixo situado no território nacional e outro ponto no exterior.

2.4 TELEFONIA MÓVEL (SMC E SMP)

O Serviço Móvel Celular (SMC) para Teleco (2014) é o serviço de telecomunicações móvel terrestre, aberto à correspondência pública, que utiliza sistemas de radiocomunicações com técnica celular, interconectado à rede pública de telecomunicações e acessado por meio de terminais portáteis, transportáveis ou veiculares, de uso individual. O Serviço Móvel Pessoal (SMP) é definido como o

serviço de telecomunicações móvel terrestre de interesse coletivo que possibilita a comunicação entre Estações Móveis e da mesma para outras estações.

O SMP é caracterizado por limitar a sua comunicação entre estações de uma mesma área de registro do SMP. Caso as estações se encontrem em diferentes áreas de registro, a comunicação se fará mediante acesso a redes de telecomunicações de interesse coletivo (TELECO, 2014).

A ANATEL, órgão regulador do setor de telecomunicações, tem por finalidade controlar, acompanhar e revisar os valores cobrados dos serviços prestados no regime público. Este órgão pode definir as tarifas e homologar reajustes segundo os critérios regulamentares.

A ANATEL determinou em dezembro de 2012 que aplicaria regras mais rígidas na qualidade dos serviços prestados pela mesma. Os critérios estabelecidos deverão ser cumpridos nas chamadas e no atendimento, e começou a entrar em vigor em junho de 2013, o qual foi publicado na edição de 14 de fevereiro de 2013 no Diário Oficial da União.

Segundo o G1 Economia (2012), dentre os critérios instituídos as empresas de telefonia terão de fazer pesquisas de satisfação dos clientes, enviar relatórios periódicos à ANATEL e cumprir percentuais mínimos de chamadas completadas. No novo regulamento 93% das chamadas locais e 92% dos interurbanos feitos pelos clientes precisam ser completados

Para Amato (2013), o novo regulamento também impõe limite para o número de reclamações, que, a partir de junho, não deve ultrapassar 4% dos clientes para as concessionárias que oferecem o serviço local, somando todos os canais de atendimento da empresa. Esse índice vai cair nos próximos anos até chegar em 2% em janeiro de 2015. Nos regulamentos anteriores, não havia menção a limite mínimo de reclamações.

As regras valem para as concessionárias de telefonia fixa (Oi, Telefônica, Sercomtel e CTBC, na modalidade local, e Embratel, na longa distância), além das empresas com mais de 50 mil clientes e que prestam o serviço sob autorização como GVT e NET (AMATO, 2013).

O descumprimento das novas metas pode levar a ANATEL a abrir processo administrativo contra a empresa e aplicar multa contra ela.

2.5 PRINCIPAIS SERVIÇOS MAIS VALORIZADOS PELOS CLIENTES

O termo serviço possui várias designações, mas, utilizado para se referir a serviços ofertados para clientes o seu significado passa a ser de oferecer serviços que fidelizem e atendam às necessidades dos clientes.

Ramaswamy (1996, p. 3), definiu serviço da seguinte forma: o serviço pode ser entendido como “as transações de negócios que acontecem entre um provedor (prestador do serviço) e um receptor (cliente) a fim de produzir um resultado que satisfaça o cliente”. Esta definição tem um caráter abrangente, pois se aplica tanto para empresas de manufatura como para empresas de serviços.

Os serviços ofertados pelas operadoras de telefonia podem ser classificados em três categorias: serviços baseados em consumo, serviços com preços fixos e serviços dedicados.

2.5.1 Serviços Baseados em Consumo

Nesta categoria estão todos os serviços cujo consumo é variável. Pode-se citar como exemplo: uma quantidade de minutos utilizada, uma quantidade de *bytes* transmitidos, o tempo de conexão estabelecida, na telefonia fixa brasileira as chamadas realizadas nos feriados, domingos, sábados após um horário ou durante a semana na madrugada possuem preços reduzidos, ou seja, mais baratos.

A origem e destino das chamadas também podem influenciar nos valores cobrados. Com o advento da telefonia por IP (*Internet Protocol*) e as fusões e aquisições entre as operadoras, os custos com interconexão estão sendo bastante reduzidos (TELECO, 2014).

Os sistemas de telefonia IP tornam-se viáveis na medida em que alguma garantia de qualidade de serviço (QoS) possa ser obtida da rede IP onde eles são implementados. Quando essa rede é usada exclusivamente pelo provedor para fornecimento de serviços de dados e/ou VoIP, com gerenciamento e engenharia de rede adequados, o QoS pode ser ajustado para atender aos requisitos de todos os serviços ofertados, inclusive VoIP com qualidade (DIRECTCALL, 2015).

2.5.2 Serviços com Preços Fixos

De acordo com Teleco (2014), os serviços com preços já pré-estabelecidos, são baseados no consumo dos clientes. Os exemplos comuns destes tipos de serviços são: o serviço de manutenção de rede (se este for cobrado através de uma assinatura mensal fixa), os serviços de acesso à Internet (que normalmente são valores mensais fixos, independente do consumo), os valores cobrados como franquia, serviços de assistência técnica (se cobrado na fatura) entre outros. Porém esses valores dependendo do plano escolhido pelo assinante pode ser diferenciado caso a caso.

2.5.3 Serviços Dedicados

É um tipo de serviço utilizado para a construção de redes corporativas. Tratam-se da interligação entre dois ou mais pontos para a formação de uma rede privada dedicada. Os valores de cobrança normalmente são fixados nos contratos e praticados durante toda validade do mesmo. Neste grupo podemos englobar serviços baseados em consumo, porém a cobrança destes não dependerá do volume utilizado. O valor mensal acordado deve englobar todos os custos de utilização dos serviços contratados (TELECO, 2014).

O Quadro 1 apresenta uma lista de serviços de relevância:

SME - Serviço Móvel Especializado (“ <i>Trunking</i> ”)
SER – Serviço Móvel Especial de Radio chamada (“ <i>Paging</i> ”)
SMGS – Serviço Móvel Global por Satélite (geoestacionários ou não)
Serviço de Rádio-Táxi
Serviço Móvel Marítimo (Estação de Navio)
Serviço de TV por Assinatura (TV a Cabo)
Rádio do Cidadão
Serviço de Radioamador
Serviço Público Restrito
SRTT - Serviço de Rede de Transporte de Telecomunicações O SRTT inclui as seguintes submodalidades: Serviço Especial de Repetição de Sinais de TV, Vídeo e Áudio, Serviço por Linha Dedicada Nacional e Internacional, Serviço de Rede Comutada e Serviço de Comunicação de Textos – Telex.
Serviços Especiais Serviços de telecomunicações que tem por finalidade o atendimento de necessidades de comunicações de interesse geral, não abertos à correspondência pública. Alguns exemplos são Serviços Especiais para Fins Científicos ou Experimentais e de Rádio Determinação.

Quadro 1- Lista de serviços de relevância.
Fonte: Teleco (2014).

2.6 INDICADORES DA QUALIDADE E DE DESEMPENHO

Como forma de garantir a sobrevivência e a competitividade, o processo de medição se torna imprescindível para as organizações obterem o sucesso.

Os indicadores de desempenho consistem em expressões quantitativas que representam uma informação gerada a partir da medição e avaliação de uma estrutura de produção, dos processos que a compõem e dos produtos resultantes (SOUZA, 1994).

Segundo Souza (1994), um indicador de desempenho pode ser definido como um resultado atingido em determinado processo ou características dos produtos finais resultantes. Refere-se ao comportamento do processo ou produto em relação a determinadas variáveis, tais como, o custo, lucro, retrabalho, conformidade de produtos.

Um indicador é uma ferramenta de medida, utilizada para levantar aspectos quantitativos e/ou qualitativos de um dado fenômeno, com o objetivo de avaliar e fornecer informações essenciais para o processo de tomada de decisão. Portanto esse dado numérico, a que se atribui uma meta, é trazido, periodicamente, à atenção dos gestores de uma organização (FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE, 2007).

2.6.1 Principais Indicadores de Qualidade Utilizados pelas Operadoras

A ANATEL acompanha e controla permanentemente a qualidade e a regularidade da prestação dos serviços de telecomunicações por meio de indicadores de desempenho operacional das prestadoras e do monitoramento da disponibilidade do serviço. Os indicadores de qualidade são definidos em regulamentos estabelecidos pela Agência após consulta pública à sociedade.

Os regulamentos estabelecem indicadores de qualidade que, em geral, devem ser coletados pelas empresas e informados à ANATEL. Também estabelecem o tratamento a ser dado pelas operadoras quando da ocorrência de interrupções sistêmicas dos serviços (ANATEL, 2014).

Segundo a ANATEL (2014) os indicadores utilizados para controlar a qualidade na prestação de serviços são:

Para a Telefonia celular:

1) Rede de voz:

- Acesso à rede de voz: avalia em que proporção o consumidor consegue acessar a rede de voz para realizar chamadas em seu telefone celular;
- Queda de chamadas: avalia em que proporção ocorrem quedas de chamadas de voz;

2) Rede de dados:

- Taxa de conexão: avalia em que proporção o consumidor consegue acessar a rede de dados pelo telefone celular;
- Queda na rede de dado: avalia em que proporção ocorrem quedas de conexão à rede de dados;

3) Reclamações:

- Índice de reclamações nas Centrais de Atendimento da prestadora: proporção entre a quantidade de telefones em serviço e a quantidade de reclamações na central de atendimento da operadora;
- Índice de reclamações na ANATEL: proporção entre a quantidade de telefones em serviço e a quantidade de reclamações contra a operadora nos canais de atendimento da ANATEL;

4) Contas sem erro:

- As contas contestadas pelo usuário deverão ter seus créditos devolvidos pela prestadora do serviço, ou por terceiros designados por ela, antes da emissão da próxima conta;

5) Interrupção do serviço:

- Frequência e duração das interrupções de serviço das operadoras.

Para a Banda Larga Fixa:

- Velocidade instantânea - velocidade de *upload* e *download* apurada no momento de utilização da internet pelo usuário;
- Velocidade média - média das medições de velocidade instantânea apuradas durante o mês;
- Latência - período de transmissão de ida e volta de um pacote, entre a casa do voluntário e o servidor de medições;
- *Jitter* (variação de latência) - instabilidade na recepção da informação (pacotes de dados);
- Perda de pacotes - ocorre quando, por falha ou baixa qualidade da conexão, um dos pacotes não encontra seu destino ou é descartado pela rede;
- Disponibilidade - período durante o mês em que o serviço ofertado pela prestadora esteve disponível para o usuário

Para a Banda larga móvel:

- Taxa de transmissão instantânea - velocidade de *upload* e *download* apurada no momento de utilização da internet pelo usuário;
- Taxa de transmissão média - média das medições de velocidade instantânea apuradas durante o mês.

Para a Telefonia Fixa:

Conforme TELECO (2014), os indicadores utilizados pela ANATEL para controlar a qualidade na prestação de serviços na telefonia fixa são:

- 1) Chamadas completadas:
 - A obtenção do sinal de discar, em cada PMM (períodos de maior movimento), deverá ser de, no máximo, 3 segundos;
 - As tentativas de originar chamadas locais e de longa distância nacionais, em cada PMM, deverão resultar em comunicação com o assinante chamado;
- 2) Atendimento ao usuário:
 - As chamadas destinadas aos serviços que utilizarem autoatendimento ou necessitarem da intervenção de telefonistas deverão ser atendidas, em cada PMM, em até 10 segundos;
- 3) Contas sem erro:
 - O número de contas com reclamação de erro, em cada mil contas emitidas, não deverá ser superior a duas contas;
 - As contas contestadas pelo usuário deverão ter seus créditos devolvidos pela prestadora do serviço, ou por terceiros designados por ela, antes da emissão da próxima conta;
- 4) Tempo de reparo:
 - O atendimento das solicitações de reparo, de usuários residenciais, deverá se dar em até 24 horas, contadas a partir de sua solicitação;
 - O atendimento das solicitações de reparo, de usuários não residenciais, deverá se dar em até 8 horas, contadas a partir de sua solicitação;

- O atendimento das solicitações de reparo, de usuários que são prestadores de serviços de utilidade pública, como Corpo de Bombeiros, Polícia e Instituições de Saúde, deverá se dar em até 2 horas, contadas a partir de sua solicitação.

2.7 SERVIÇOS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE DAS OPERADORAS

A ANATEL estabelece algumas regras para avaliar o serviço de atendimento aos clientes das operadoras. Com relação aos seguintes itens:

Retorno de ligação de *call center*:

A regra: sempre que a ligação com o call center cair durante um atendimento, as operadoras são obrigadas a ligar de volta para o cliente. Válido a partir de julho de 2014.

Cancelamento automático:

A regra: É obrigatório existir a opção de cancelamento de serviços sem passar pelo atendente. Válido a partir de julho de 2014.

Resumo dos planos no site:

A regra: As operadoras são obrigadas a entregarem um resumo do plano que está sendo contratado, seja na compra do chip ou quando solicitada portabilidade. Começou a valer em julho de 2014.

Habilitação de linha:

A regra: o consumidor deve ter direito aos serviços conforme as condições contratadas.

Portabilidade:

A regra: Custo máximo é de R\$ 4,00 e não pode haver dificuldade para trocar de operadora e manter o número do celular, seja no pré ou no pós-pago.

Cancelamento de propaganda via SMS:

A regra: as operadoras têm de disponibilizar um canal via SMS direto para cancelar as propagandas.

Valor da tarifa dos planos:

A regra: os clientes devem receber informações claras e seguras sobre o serviço.

2.8 PRINCIPAIS DIREITOS DOS USUÁRIOS E OBRIGAÇÕES DAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

A ANATEL disponibiliza em seu site, uma cartilha onde constam informações referentes aos principais direitos dos usuários e as obrigações das prestadoras de serviços.

Dentre os principais direitos quanto à telefonia móvel, destacam-se:

Adesão: A prestação do serviço móvel deve ser precedida da adesão, pelo usuário, a um dos planos de serviço ofertados pela operadora.

Documento de cobrança: A entrega do documento de cobrança ao usuário deve ocorrer pelo menos cinco dias antes do seu vencimento.

Cobrança: A partir do recebimento da fatura, usuários pós-pagos tem 90 dias para contestar débitos indevidos, no pré-pago esse prazo passa a ser de 30 dias.

Desbloqueio: O usuário tem direito ao desbloqueio de seu telefone a qualquer momento, sendo vedada a cobrança.

Cancelamento: O cancelamento deve ser efetivado e sem custo em até 24h da solicitação feita pelo usuário.

Mensagens: As mensagens devem ser entregues em até um minuto ou reenviadas por 24h até serem recebidas e não podem ser cobradas.

Portabilidade: O usuário tem direito a portabilidade de seu número para outro plano de serviço ou outra prestadora móvel em sua área local.

Planos de Serviços: A prestadora deve fornecer ao usuário cópia de seu contrato e disponibilizar na internet a consulta a todos os planos.

Fidelização: O tempo máximo para o Prazo de Permanência é de 12 meses.

Cobertura: A prestadora deve manter a disposição dos usuários, para consulta mapas detalhados indicando a área de cobertura.

Os principais direitos quanto à telefonia fixa são:

Contestação de débitos: O usuário tem o direito de contestar os débitos contra eles lançados pela prestadora. Ao contestar os débitos, o usuário tem direito à segunda via da cobrança e 15 dias para o pagamento.

Conta detalhada: O usuário tem direito ao detalhamento gratuito da fatura mensal.

Mudança de endereço: A mudança de endereço deve ser feita em até três dias úteis após o pedido do usuário. Linha comercial em até 24 horas.

Portabilidade: O usuário tem direito a portabilidade de seu número para outro plano de serviço ou outra prestadora móvel em sua área local.

2.9 APLICATIVO ANATEL SERVIÇO MÓVEL

A ANATEL lançou em outubro de 2014 um aplicativo que vai ajudar muito os usuários de telefonia celular. Este aplicativo possibilita consultar a qualidade dos serviços prestados. O app serviço móvel está disponível para celulares com sistemas ANDROID e IOS, nas lojas de aplicativos *GOOGLE PLAY* e *APPLE APP STORE*.

Com o novo aplicativo, o usuário poderá consultar a qualidade dos serviços de voz e de dados nas redes das operadoras do serviço móvel em todos os municípios brasileiros. O usuário poderá consultar o ranking das operadoras, construído a partir dos indicadores de acessibilidade, conexão, quedas e desconexão aferidos. Será possível, ainda, acompanhar a evolução da qualidade de cada operadora a partir da consulta ao histórico desses indicadores em intervalos de até 12 meses (ANATEL, 2014).

2.9.1 Funcionamento do Aplicativo

Na tela inicial, é necessário que o aplicativo tenha permissão para acessar a sua localização, em seguida é exibida uma relação de ERBs (Estações Radio Base), conforme apresentado na Figura 2, que cada operadora possui no município

consultado. ERBs são antenas responsáveis por propagar o sinal emitido pelos aparelhos celulares. Quanto maior for o número, maiores condições a operadora tem de oferecer uma boa qualidade do sinal.

Na Figura 3 se as barras estiverem na cor amarela ou vermelha irão indicar o descumprimento dos parâmetros de qualidade estabelecidos pela ANATEL. Também é possível realizar a consulta por meio de uma versão web do aplicativo.

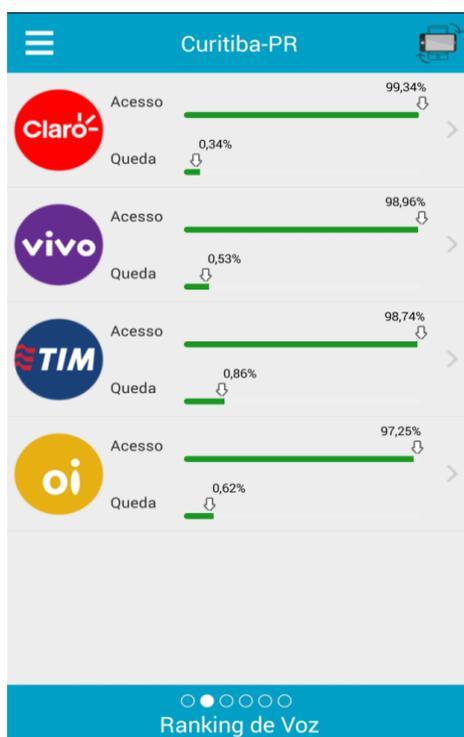


Figura 2 - Ranking de Voz.
Fonte: Aplicativo ANATEL serviço móvel.

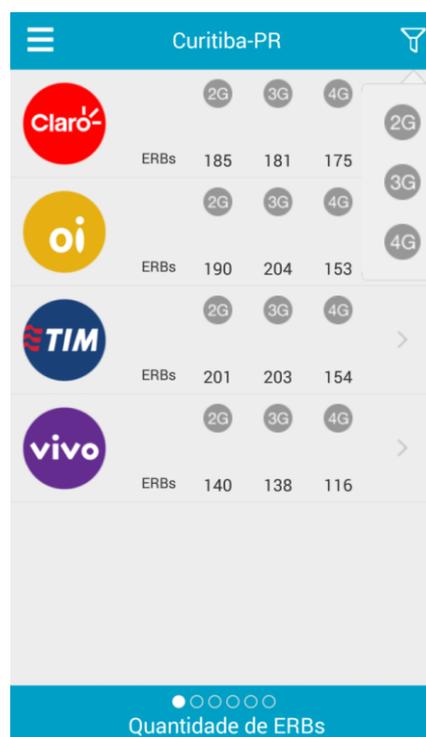


Figura 3 - Quantidade de ERBs.
Fonte: Aplicativo ANATEL serviço móvel.

2.10 PROCESSOS DE PÓS-VENDA PARA ATENDER AS NECESSIDADES DOS CLIENTES

Tão importante quanto uma venda é o trabalho feito após uma venda ao cliente, é neste momento que os clientes avaliam a qualidade do serviço prestado.

Outro ponto importante a ser ressaltado é a sensação de abandono após a aquisição de um serviço. Para evitar que isso aconteça, visitas técnicas, reuniões de

acompanhamento do trabalho ou até mesmo uma simples conversar para saber qual o grau de satisfação do comprador, por exemplo, podem funcionar (ZUINI, 2012).

As ações de pós-venda podem contribuir para manter os clientes por mais tempo na base da empresa e torná-los assim, mais lucrativos.

De acordo com Rodrigues; Silva e Andrade (2011), nos últimos anos há uma forte tendência a incorporação do pós-venda nas estratégias de *marketing*.

A eficiência dessa estratégia depende diretamente dos esforços e recursos que as empresas estão dispostas a investir, não somente em ações de aquisição de clientes, mas principalmente em ações de manutenção dos mesmos, resultando em uma maior lucratividade.

Marques (2006, p. 61) destaca em seu livro que milhares de empresas em todo o mundo gastaram muito dinheiro tentando conquistar fidelidade com características de produtos, preços ou programas de pontuação. E, de todas essas iniciativas, as únicas que tiveram efeito prático foram aquelas que contavam também com um processo de atendimento personalizado e diferenciado, tratando os clientes de forma especial, construindo confiança e um forte sentimento de parceria com cada cliente.

Michael (2009) *apud* Silva (2011, p.12), acredita que o baixo desempenho nos serviços pode anular o valor de um excelente produto, e o serviço excelente raramente salva um produto ruim, assim, ambos devem manter um ótimo padrão de qualidade.

Ainda de acordo com Silva (2011, p. 15), a insatisfação do cliente ocorre quando seu produto apresenta algum problema, pois devido à inexistência do suporte técnico a solução apresentada é o envio do aparelho para uma autorizada localizada nas capitais, levando o consumidor a ficar sem o objeto por um período mínimo de 30 dias. Isso muitas vezes pode levar o consumidor a optar por aparelhos reproduzidos, sem garantia, mas com preço acessível.

Para Rodrigues, Silva e Andrade (2011), as empresas precisam se conscientizar que investirem em soluções de pós-venda, só traz resultados benéficos como a diminuição da inadimplência, redução do custo da venda, elevação dos lucros e melhor direcionamento dos investimentos de marketing, são apenas alguns dos efeitos saudáveis que uma empresa obtém ao adotar soluções para seu setor de pós-vendas:

- Programa pós-venda;

- Data base Marketing – DBM, onde a empresa possa estar gerenciando um banco de dados com seus clientes e assim um relacionamento com os mesmos;
- Telemarketing;
- Elaborar pesquisas de mercado;
- Englobar vários serviços/produtos em um mesmo pacote (voz, dados e imagem);
- Realizar atendimento direto dos clientes como reclamações, sugestões e dúvidas;
- Exercer o marketing de relacionamento com clientes. O pós-venda está ligado ao intangível e por sua vez tudo que é intangível é difícil de ser copiado pela concorrência e esse é esperado pelo consumidor.

2.11 RECLAMAÇÕES

De acordo com Aníbal e Menezes (2013) em uma matéria publicada no Jornal Gazeta do Povo, empresas de telefonia fixa e telefonia móvel foram as que mais receberam reclamações de consumidores no Paraná. Um balanço divulgado pelo PROCON-PR aponta que mais de 21,6 mil consumidores procuraram o órgão para registrar queixas em 2012. As empresas Oi e Claro foram as que mais tiraram os clientes do sério e lideram as reclamações.

Segundo Guilherme (2014), em uma matéria publicada no site TecMundo, a campeã de reclamações em 2013 foi a operadora Oi, a qual foi multada em 216 milhões pela Anatel, isso porque em 2013 foi a empresa do ramo que mais recebeu reclamações do público, com um total de 353.307 reclamações acumuladas em telefonia celular e 470.213 em telefonia fixa. Enquanto a Claro, com 312.862 reclamações em telefonia celular, chegou bem perto dos números da Oi. A GVT atingiu apenas 78.453 reclamações em telefonia fixa em 2013 – uma diferença de seis vezes entre o primeiro e o segundo lugar.

Para que uma operadora obtenha satisfação de seus clientes, é necessário englobar alguns fatores como: oferecer produto/serviço de qualidade, preço adequado, bom atendimento no processo de venda e pós-venda como SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente), assistência técnica e pesquisa de satisfação. Este

conjunto de ações propicia um bom relacionamento entre as empresas e seus clientes.

O consumidor de serviços de telecomunicações, tem o direito de registrar, junto à Anatel, reclamações contra as operadoras de serviços quando considerar que elas não estão cumprindo suas obrigações. Primeiro entre em contato com a operadora, se a operadora não responder, ou se a resposta não for adequada, entre em contato com a Anatel por meio da Internet, da Central de Atendimento Telefônico gratuito, no número 1331 ou pessoalmente nas Salas do cidadão. A Anatel facilita e auxilia a interação com as operadoras de serviços de telecomunicações. E faz isso exigindo que as empresas respondam, com qualidade e em até cinco dias úteis, as reclamações que foram registradas.

A Anatel (2014) monitora a quantidade e o motivo das reclamações contra cada operadora, o tempo que elas levam para responder e a qualidade das respostas para cobrar delas um nível de atendimento cada vez melhor. Entre outros pontos, a reclamação, somada às reclamações de outros consumidores ajuda a agência a calcular e divulgar o Ranking das Operadoras, possibilitando à sociedade conhecer e comparar as empresas que melhor atendem às demandas do consumidor. Também auxilia a identificar os principais problemas das operadoras e atuar de forma preventiva ou mesmo aprimorar as regras existentes e a realizar, quando necessário, ações de fiscalização, de acompanhamento e controle, que podem resultar em multas contra as operadoras e medidas cautelares.

As maiores reclamações na telefonia estão relacionadas a cobranças indevidas, mau atendimento quando há solicitação de cancelamento do serviço, queixas quanto à área de cobertura e a desconexão das chamadas.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 ÍNDICE DE DESEMPENHO NO ATENDIMENTO – IDA

É através do Índice de Desempenho no Atendimento (IDA), que a ANATEL divulga mensalmente o ranking de reclamações das prestadoras.

O IDA pontua as operadoras de telefonia, utilizando as metas previstas para o setor de telecomunicações. A melhor prestadora é aquela que obtiver melhor nota final, a qual se inicia em 100 pontos e são subtraídos fatores de dedução (fator de reclamação, fator de reabertas, fator de resolvidas em até 5 dias e fator de resolvidas no período). Quanto maior a nota obtida pela operadora, melhor sua posição no *ranking* do IDA.

Na Figura 4, o resultado IDA para telefonia celular, constam 6 operadoras de telefonia e suas respectivas avaliações, referente ao mês de junho de 2014.

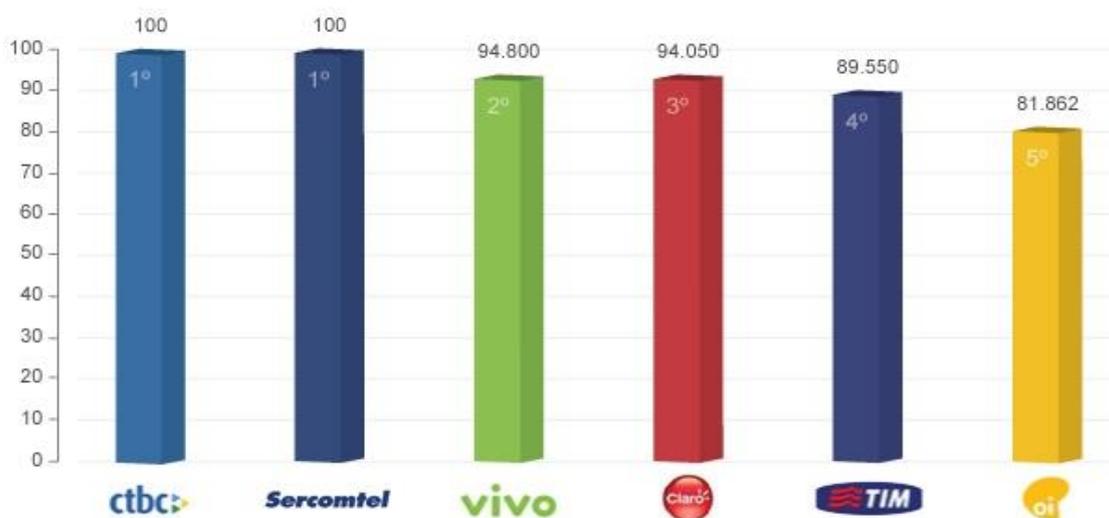


Figura 2 - Resultado IDA de telefonia celular referente à Junho/2014.
Fonte: ANATEL (2014).

Conforme apresentado, as operadoras CTBC e Sercomtel apresentam os melhores resultados no IDA e a operadora Oi os piores resultados.

A Figura 5, apresenta o *ranking* das operadoras de telefonia fixa com base no resultado IDA. Pode-se observar que a operadora Oi é a empresa que tem o pior desempenho, já as prestadoras CTBC e Sercomtel, lideram o ranking de melhor empresa. A TIM oferece melhores serviços para a telefonia fixa, comparada com a móvel, segundo o IDA.



Figura 3 - Resultado IDA de telefonia fixa referente à Junho/2014.
Fonte: ANATEL (2014).

3.2 PESQUISAS DE SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS

Em 2013 a Anatel (2013) divulgou resultados comparativos de pesquisas de satisfação realizadas com usuários de serviços de telecomunicações em 2002 e em 2012. Foram ouvidos, aproximadamente, 200 mil usuários dos serviços.

A pesquisa avaliou os serviços de telefonia fixa e telefonia móvel nos requisitos como atendimento, tarifas e preços e qualidade das ligações. A percepção do usuário foi de que o serviço piorou.

A Figura 6 apresenta os resultados da pesquisa para o Telefone de Uso Público (TUP ou "orelhão"):

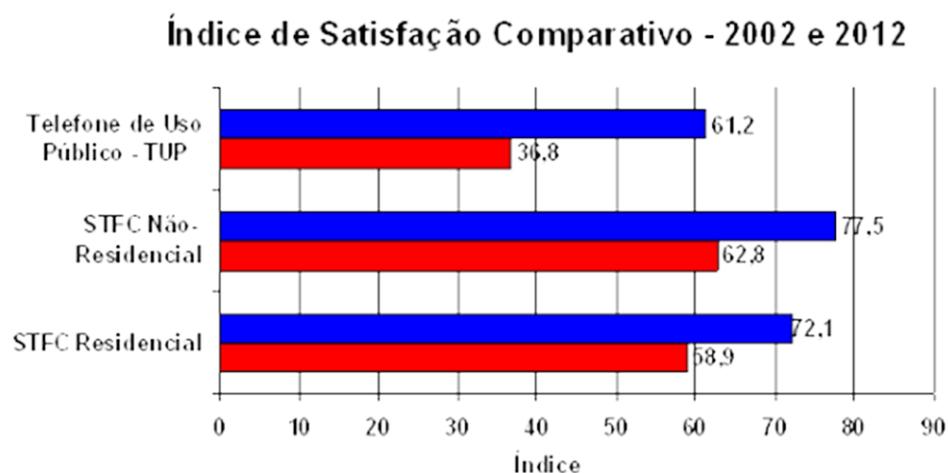


Figura 4 - Índice de satisfação da telefonia fixa e telefone de uso público.
Fonte: ANATEL (2013).

A Figura 7 apresenta o resultado da pesquisa para a Telefonia móvel (Serviço Móvel Pessoal):

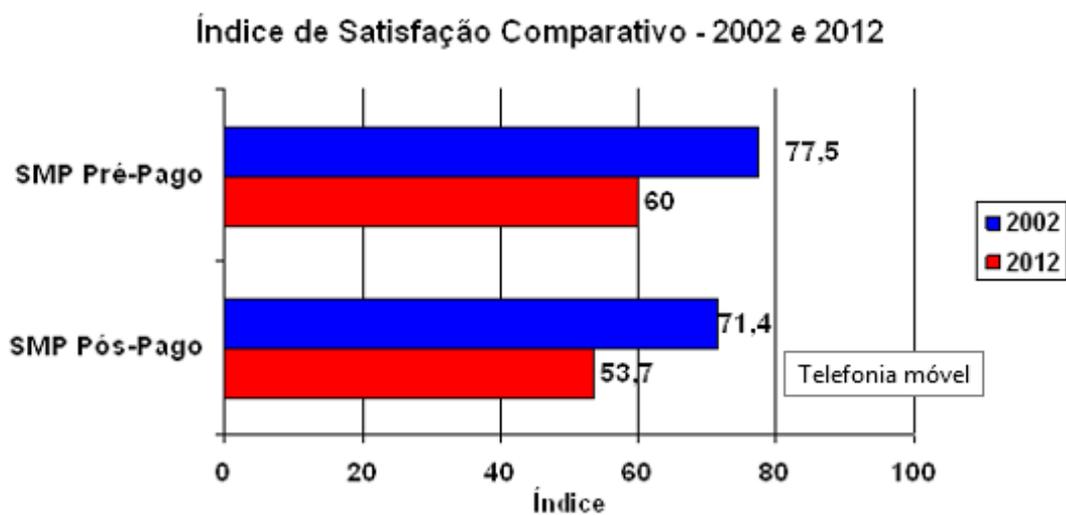


Figura 5 - Índice de satisfação da telefonia móvel (Serviço Móvel Pessoal).
Fonte: ANATEL (2013).

3.3 ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS COM BASE NOS INDICADORES

Os principais indicadores de qualidade na prestação de serviço utilizados pelas operadoras, são os indicadores estabelecidos pela ANATEL. Esses dados são coletados 24h por dia, todos os dias do mês:

Taxa de conexão de voz (total de chamadas completadas dividido pelo total de tentativas): Para este indicador a ANATEL estabelece uma taxa maior que 95%.

Verifica-se que em relação à taxa de conexão de voz no município de Curitiba, entre os meses de janeiro a agosto de 2014 a operadora CLARO apresentou os maiores índices, comparada com as demais, mantendo-se sempre acima de 99%. Observa-se na Figura 8 os índices das operadoras entre os meses de janeiro a agosto de 2014:

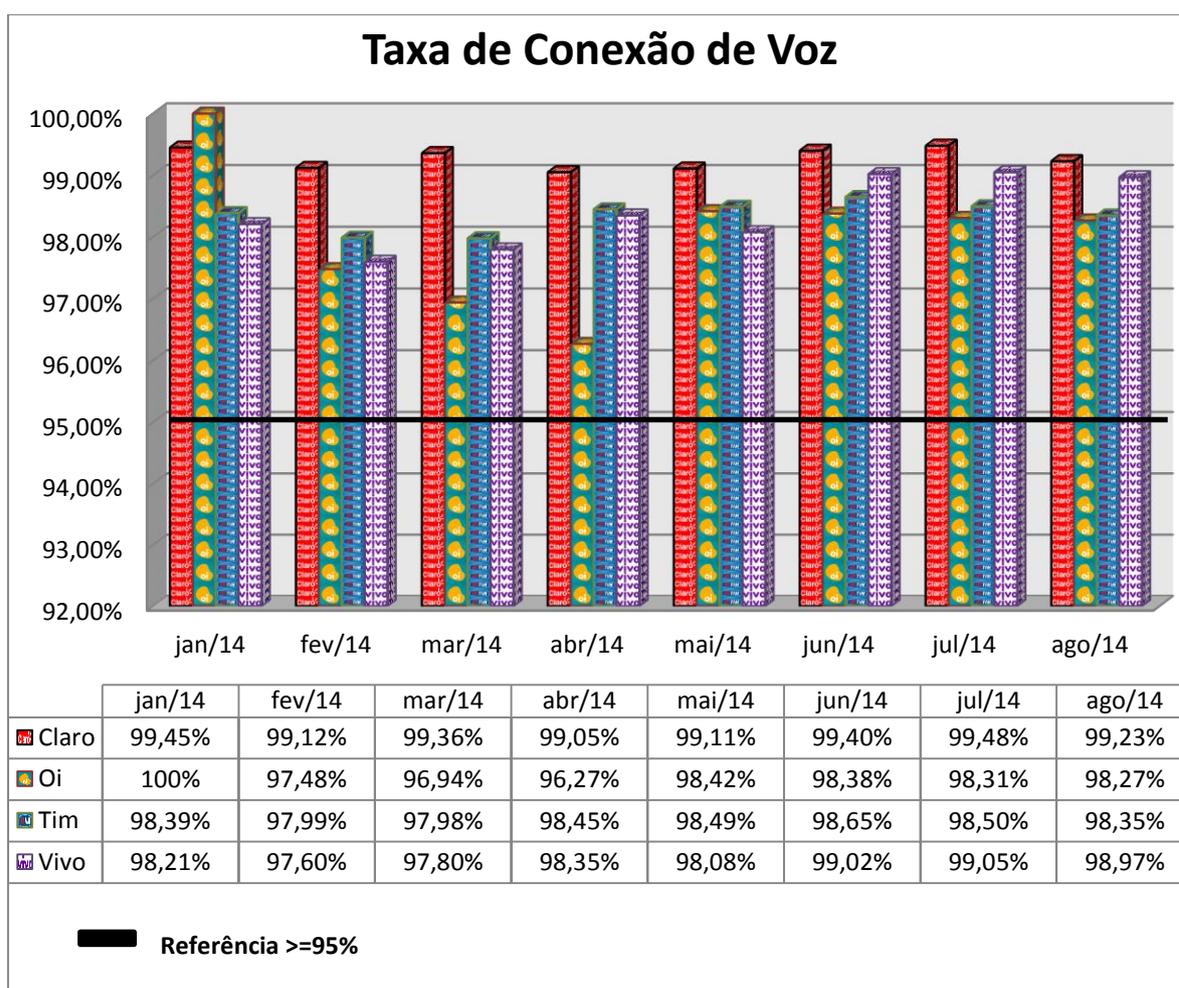


Figura 6 - Taxa de conexão de voz.
Fonte: ANATEL (2014).

Taxa de desconexão de chamada de voz (total de chamadas interrompidas (queda) dividido pelo total de chamadas): verificamos que em relação à taxa de desconexão de chamada de voz no município de Curitiba, entre os meses de janeiro a agosto de 2014 a operadora CLARO apresentou o menor índice de desconexão, já a operadora TIM, foi a que mais se aproximou do valor de referência (2%), obtendo uma maior taxa de desconexão de chamadas de voz.

Pode-se observar na Figura 9 as taxas de desconexão de voz das operadoras:

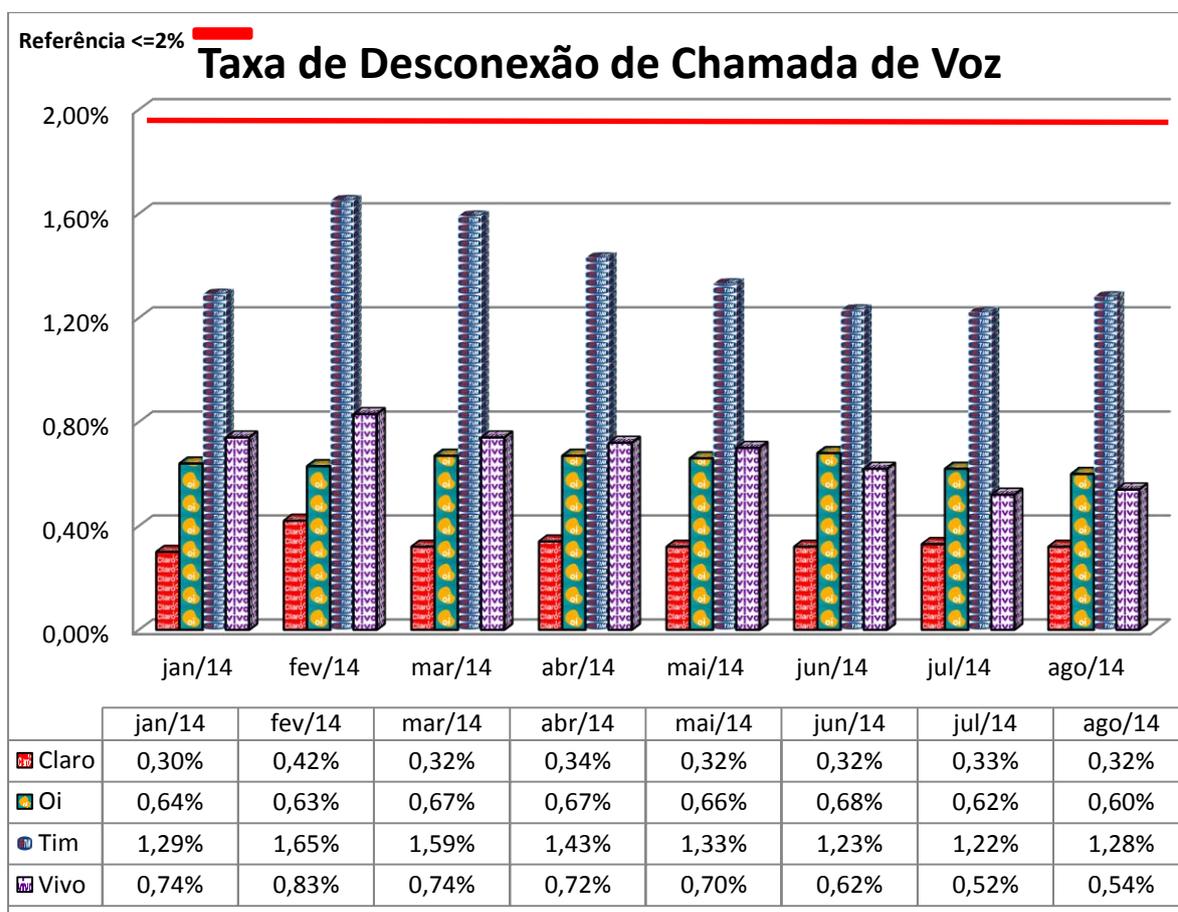


Figura 7 - Taxa de desconexão de voz.
Fonte: ANATEL (2014).

Taxa de conexão de dados (total de conexões de dados dividido pelo total de tentativas): conforme a Figura 10, verifica-se que em relação à taxa de conexão de dados no município de Curitiba, entre os meses de janeiro a agosto de 2014 a operadora CLARO apresentou os maiores índices de conexão de dados, chegando a 99,8% no mês de julho, enquanto a operadora TIM apresentou somente índices abaixo do valor de referência.

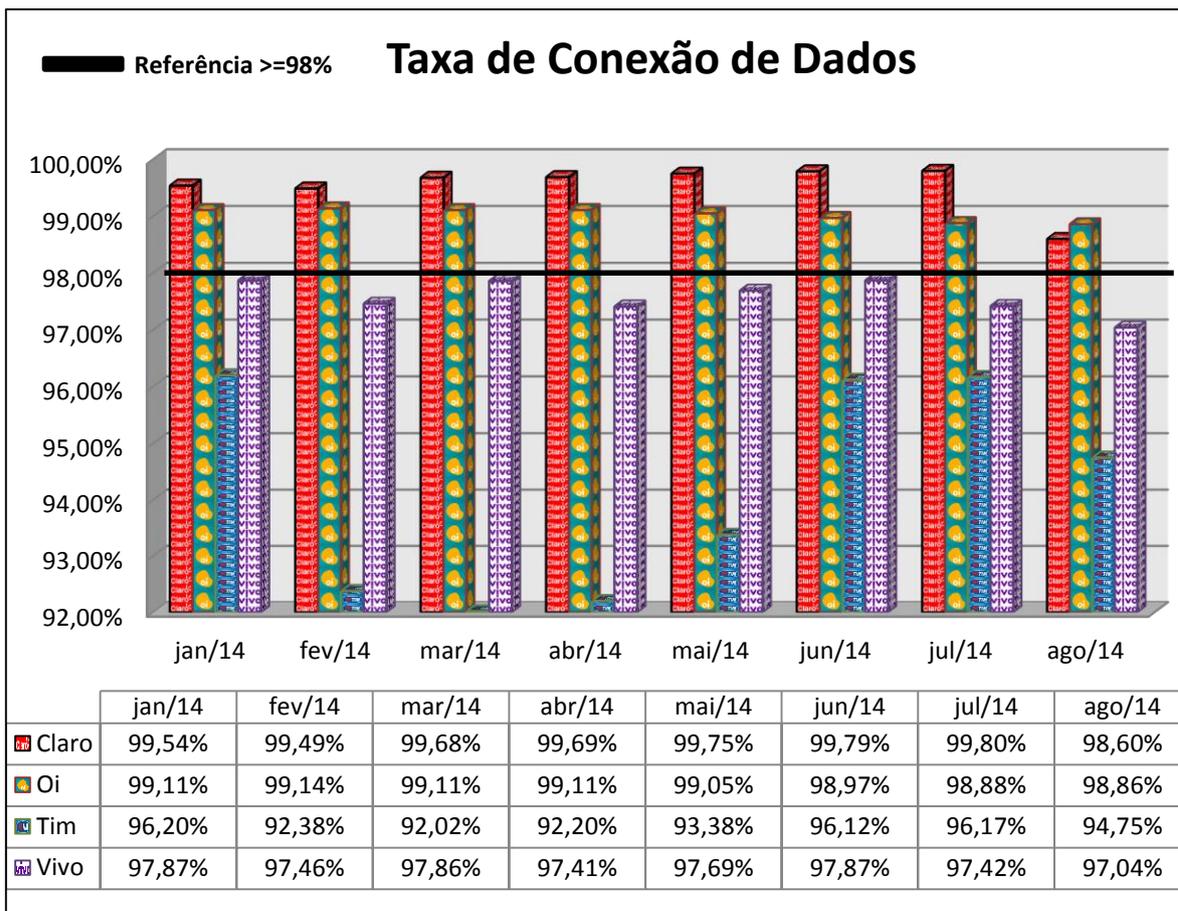


Figura 8- Taxa de conexão de dados.
Fonte: ANATEL (2014).

Taxa de queda de conexão de dados (total de conexões de dados interrompidas (queda) dividido pelo total de conexões): verificamos que em relação à taxa de desconexão de dados no município de Curitiba, entre os meses de janeiro a agosto de 2014 a operadora VIVO apresentou os menores índices se comparada às demais.

Na Figura 11 pode-se observar os indicadores desta taxa:

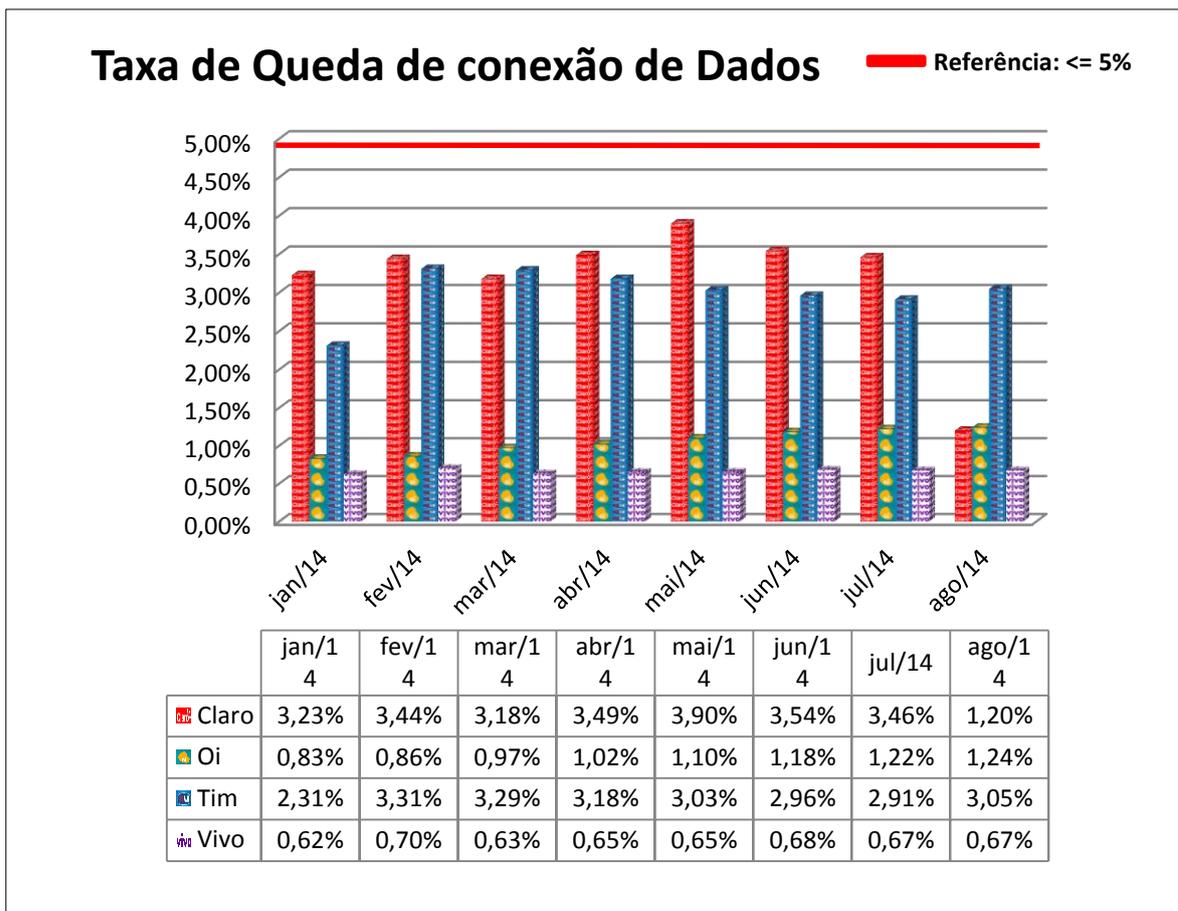


Figura 9- Taxa de desconexão de dados.
Fonte: ANATEL (2014).

Taxa de conexão de dados 3G (total de conexões de dados dividido pelo total de tentativas): em relação à taxa de conexão de dados no município de Curitiba, entre os meses de janeiro a agosto de 2014, a operadora CLARO apresentou os maiores índices somente a partir de abril, nos meses anteriores a OI foi à operadora que obteve os maiores índices.

Verifica-se na Figura 12 a taxa de conexão de dados 3G das operadoras:

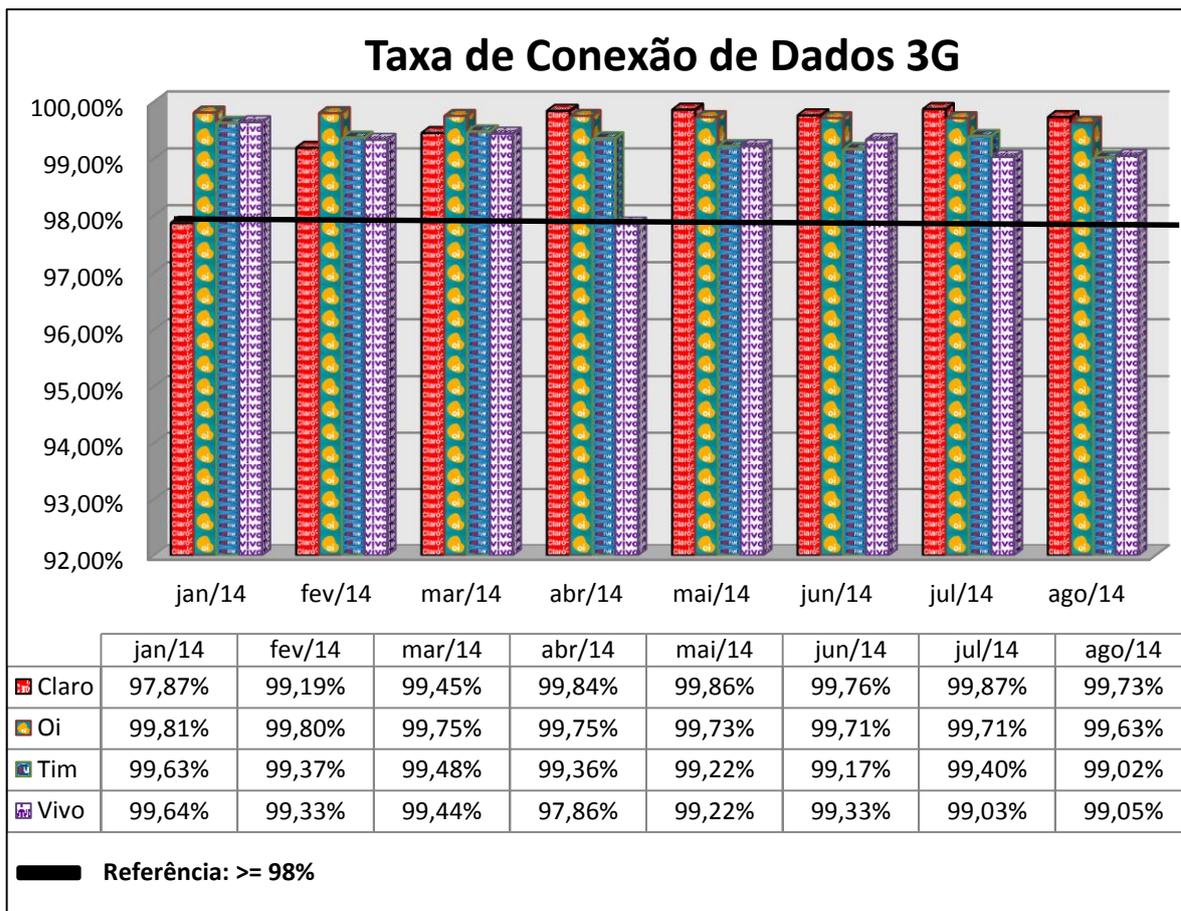


Figura 10 - Taxa conexão de dados 3G.
Fonte: ANATEL (2014).

Taxa de queda de conexão de dados 3G (total de conexões de dados interrompidas (queda) dividido pelo total de conexões: verificamos que em relação à taxa de desconexão de dados no município de Curitiba, entre os meses de janeiro a agosto de 2014 a operadora CLARO apresentou no mês de julho a maior taxa de desconexão de dados dentre todos os meses (4,92%), enquanto no mesmo mês a OI foi à operadora que obteve o menor índice de desconexão (0,24%).

A Figura 13 apresenta os principais indicadores de desconexão de dados 3G:

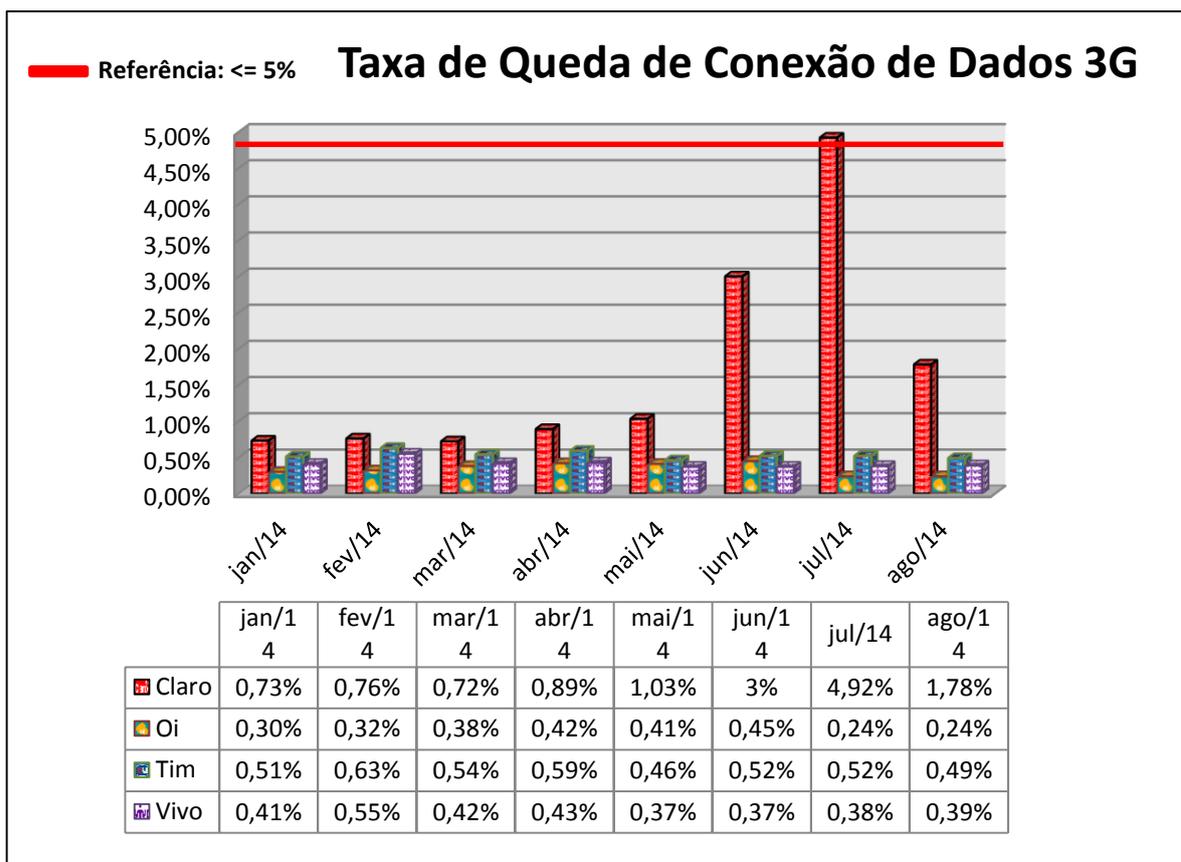


Figura 11- Taxa desconexão de dados 3G.

Fonte: Autoria própria.

Conclui-se assim, que a CLARO foi a operadora que melhor prestou serviços, estando na maior parte dos indicadores de qualidade, a frente de seus concorrentes.

3.3.1 Atendimento ao Cliente das Operadoras

Segundo Cunha (2014), jornalista do site G1 durante 3 semanas, avaliou a qualidade de atendimento das quatro maiores operadoras de telefonia móvel do país: Claro, Oi, TIM e Vivo. A reportagem comprou um chip pré-pago de cada uma das empresas e testou sete itens:

- Retorno de ligação do call center;
- Cancelamento automático de serviços;
- Resumo dos planos no site das operadoras;
- Habilitação de linha;

- Portabilidade;
- Cancelamento de propaganda via SMS;
- Informações sobre valores de tarifas.

Todos os itens são regras da Anatel.

Retorno de ligação de call center:

TIM: Não retornou a ligação.

Vivo: Retornou somente quando a ligação era para migrar para pós-pago.

Oi: Retornou somente quando a ligação era para voltar para a operadora após cancelamento.

Claro: Não retornou a ligação.

Cancelamento automático:

TIM: Ligação foi transferida para atendente na primeira tentativa. Na segunda, funcionou.

Vivo: Ligação foi transferida a atendente.

Oi: Serviço funcionou normalmente.

Claro: Serviço funcionou normalmente.

Resumo dos planos no site:

TIM: O resumo dos planos está na página inicial, mas pouco visível.

Vivo: O resumo dos planos não foi encontrado.

Oi: Resumo encontrado no web site.

Claro: Resumo encontrado no web site.

Habilitação de linha:

TIM: Na 1ª tentativa, o sistema estava fora do ar.

Vivo: Serviço funcionou normalmente.

Oi: Serviço funcionou normalmente.

Claro: Serviço funcionou normalmente.

Portabilidade:

TIM: Lojas disseram não fazer portabilidade de plano pré-pago.

Vivo: De 3 lojas visitadas, 1 fazia só aceitava planos controle, 1 estava sem sistema e 1 cobrou R\$ 10 após mais de 1 hora de espera.

Oi: Não foi feita em 3 dias úteis. Não havia loja em endereços indicados no site e uma delas quis cobrar R\$ 28.

Claro: Serviço funcionou normalmente.

Cancelamento de propaganda via SMS:

TIM: Serviço funcionou normalmente.

Vivo: Recebimento de propaganda da operadora 10 dias após cancelamento.

Oi: Empresa não confirma cancelamento de promoções.

Claro: Serviço funcionou normalmente.

Valor da tarifa dos planos:

TIM: Informações estão bem organizadas.

Vivo: Foram necessárias mais de 3 horas em 4 ligações – uma delas à ouvidoria – para obter valores.

Oi: Nome de plano e tarifa informados pelo atendente não constam no site.

Claro: Atendente só acertou o valor de uma das tarifas após cliente informar seu plano. Embora a ANATEL estabeleça as regras para atendimento aos clientes a maioria das operadoras não as cumprem e a maior parte dos clientes não comunicam a agência reguladora que não foram atendidos conforme as regras. As operadoras de telefonia celular se posicionaram sobre o descumprimento das regras, que foram observadas durante os testes dos serviços:

TIM: São “falhas pontuais” e promete reforçar o treinamento dos atendentes.

VIVO: São situações específicas e não ocorrem de forma generalizada.

Oi: As dificuldades encontradas durante os testes vão ser apuradas pela operadora.

CLARO: Irá investir mais em infraestrutura e realizar treinamentos constantes.

Isto evidencia que o serviço de atendimento ao cliente das operadoras não é adequado devido ao desconhecimento das regras ou por falha do próprio sistema.

3.3.2 Reclamações dos Clientes

De acordo com a ANATEL no período de janeiro a dezembro de 2014 foram registradas as reclamações de telefonia celular que podem ser visualizadas na Tabela 1:

Telefonia Celular: Grupos mais reclamados*		
Grupo Econômico	Número de assinantes	Número de reclamações
	(Média no período)	(Acumulado)
Oi	50.960.106	245.791
Claro	69.358.320	256.844
TIM	74.479.604	335.591
Vivo	79.202.339	297.570

Tabela 1 - Telefonia Celular: Grupos mais reclamados.
Fonte: ANATEL (2014).

Na Tabela 2 constam as reclamações referentes a telefonia fixa local no mesmo período:

Telefonia Fixa Local: Grupos mais reclamados*		
Grupo Econômico	Número de assinantes	Número de reclamações
	(Média no período)	(Acumulado)
Oi	16.300.659	535.212
GVT	4.381.159	65.090
Vivo	10.540.210	182.469
TIM/Intelig	486.906	6.139
Embratel	11.232.659	10.383

Tabela 2 - Telefonia Fixa Local: Grupos mais reclamados.
Fonte: ANATEL (2014).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base nos indicadores disponibilizados pela ANATEL, pode-se destacar através de uma média das operadoras entre os meses de janeiro a agosto de 2014, quais foram as que apresentaram os melhores índices em cada indicador.

- Taxa de conexão de voz: melhor operadora foi a Claro.
- Taxa de desconexão de voz: melhor operadora foi a Claro.
- Taxa de conexão de dados: melhor operadora foi a Claro.
- Taxa de desconexão de dados: melhor operadora foi a Vivo.
- Taxa de conexão de dados 3G: melhor operadora foi a Oi.
- Taxa de desconexão de dados 3G: melhor operadora foi a Oi.

Na figura 14 podem-se visualizar as operadoras que melhor atenderam a esses indicadores:



Figura 12 – Melhores operadoras com base nos indicadores.
Fonte: Autoria própria.

Com relação às reclamações da telefonia celular Figura 15, e telefonia fixa Figura 16, conclui-se que a melhor operadora foi a CLARO na telefonia celular e

EMBRATEL na telefonia fixa, pois apresentaram uma menor relação entre número de reclamações e clientes, Figuras 17 e 18:

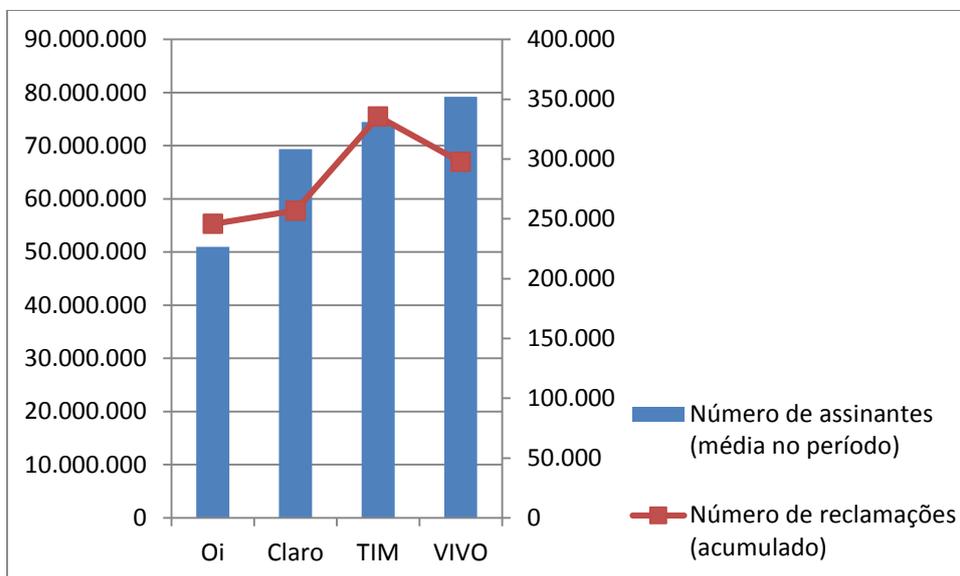


Figura 13 – Gráfico do número de assinantes e reclamações da telefonia celular.
Fonte: Autoria própria.

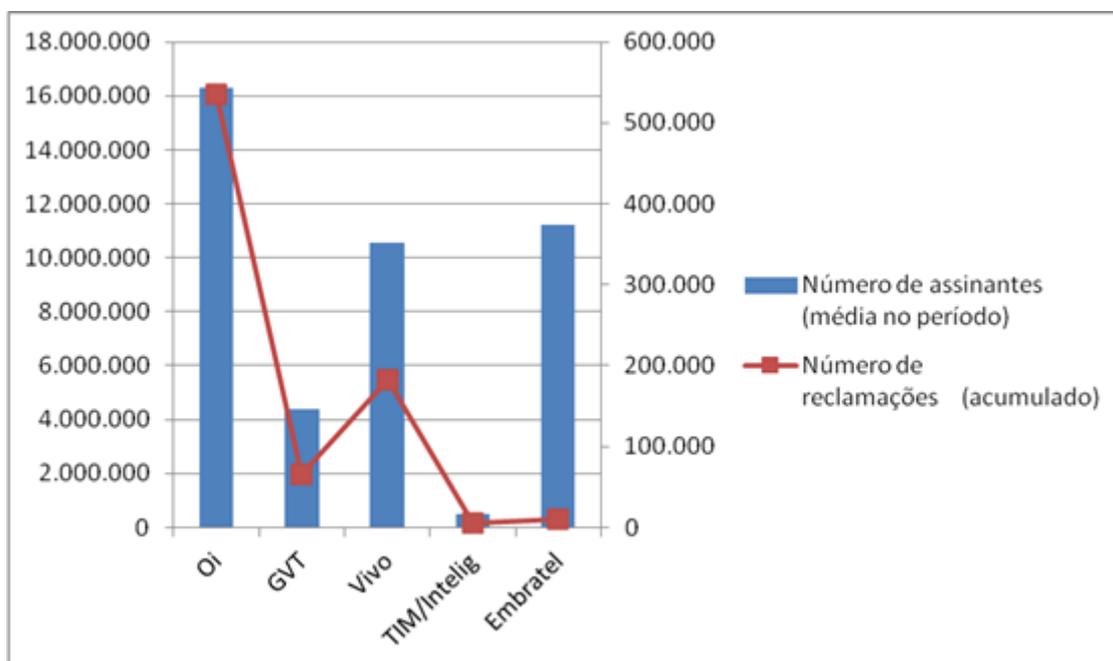


Figura 14 – Gráfico do número de assinantes e reclamações da telefonia fixa.
Fonte : Autoria própria.

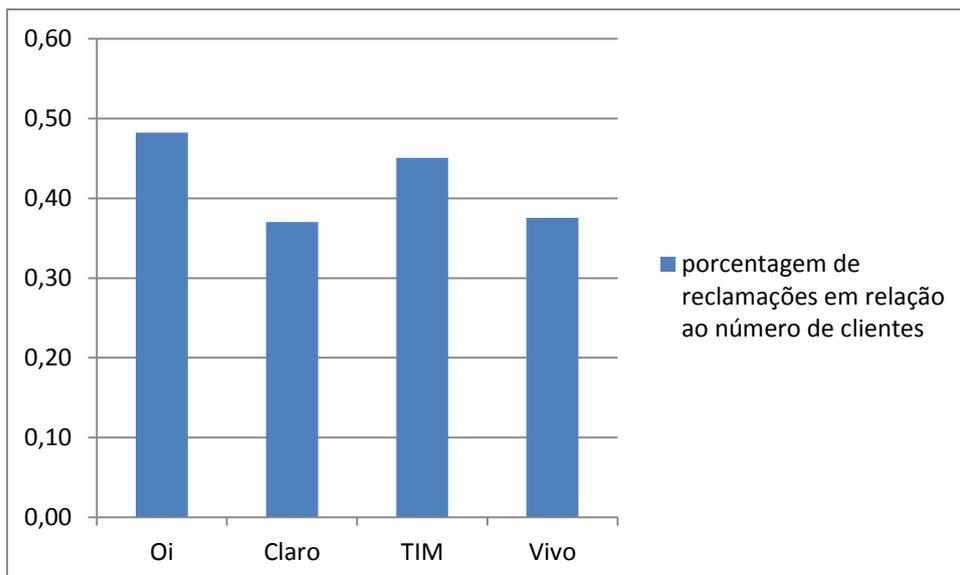


Figura 15- Porcentagem de reclamações em relação ao número de clientes da telefonia celular.
Fonte: Autoria própria.

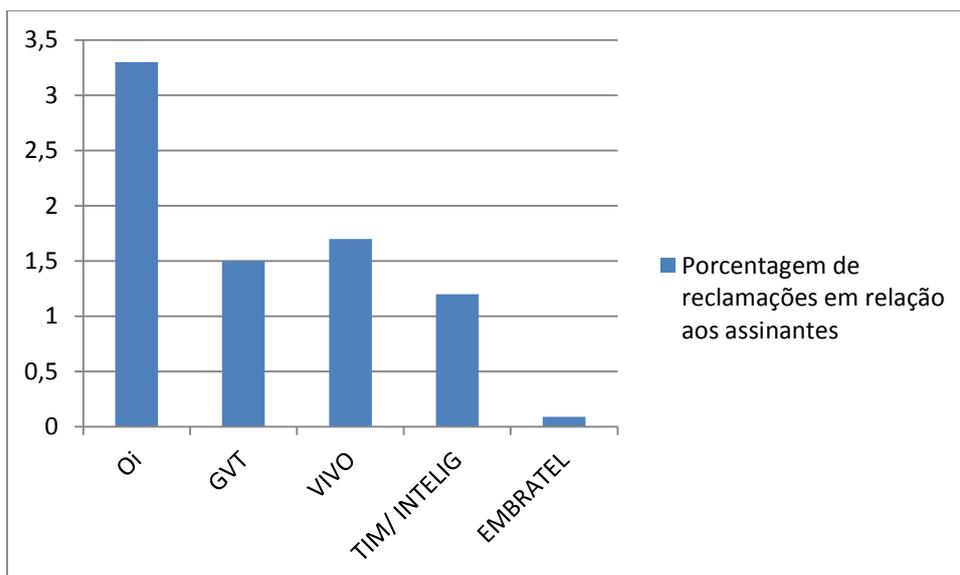


Figura 16- Porcentagem de reclamações em relação ao número de clientes da telefonia fixa.
Fonte: Autoria própria.

Com base nas reclamações pode-se concluir que as empresas EMBRATEL e CLARO, apresentam um serviço de atendimento ao cliente mais eficaz o que faz com que o número de reclamações registrados na ANATEL seja menor.

5 CONCLUSÃO

Através deste trabalho, se pode concluir que nem todas as operadoras cumprem os requisitos de qualidade estabelecidos pela ANATEL, a qual possui os poderes de outorgar, regulamentar e fiscalizar os serviços de telecomunicações. Embora a ANATEL estabeleça e divulgue os indicadores de qualidade, os clientes em sua maioria não os conhece e não tem o hábito de fazer uma consulta regularmente. Segundo dados disponibilizados e analisados, verifica-se que no município de Curitiba, a CLARO foi a operadora que dentre os valores estabelecidos pelos principais indicadores de qualidade na prestação de serviço, esteve na maior parte com bons resultados, a frente de seus concorrentes.

Constatou-se que a operadora Oi não atende as normas, existe muita burocracia para poder solicitar o reparo junto ao atendente e a execução do serviço não foi realizada no prazo estipulado pela ANATEL, que é de até 24 horas, contadas a partir de sua solicitação o serviço foi feito em 72 horas, mostrando assim desrespeito com o consumidor.

No Índice de Desempenho no Atendimento (IDA), a prestadora de serviços Oi foi a que teve a pior classificação tanto na telefonia fixa quanto na móvel, pois foram registrada muitas reclamações de consumidores quanto a qualidade dos serviços ofertados e o processo de pós-venda não atende as necessidades dos clientes.

Ficou evidenciado que a qualidade dos serviços do ponto de vista dos clientes pode ser percebida através dos seguintes fatores: Qualidade das ligações (tempo de conexão e desconexão de dados e voz), Cobertura, Atendimento, serviços e Preços. À medida que fatores são melhorados, a avaliação dos clientes quanto à qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelas operadoras melhora.

Pode-se concluir que a ANATEL identifica os principais problemas das operadoras e aprimora as regras existentes e realiza quando necessário, ações de fiscalização, de acompanhamento e controle, que podem resultar em multas contra as operadoras. As operadoras tentam se adequar as normas estabelecidas, porém nem sempre é possível, pois certas mudanças podem interferir no sistema das empresas ou na infraestrutura, muitas vezes as operadoras solicitam junto a ANATEL uma prorrogação do prazo para poder ganhar mais tempo para realizar as alterações necessárias.

Como nem sempre os clientes verificam os indicadores de qualidade estabelecidos pela ANATEL e algumas vezes as operadoras não os cumprem, seria interessante que as operadoras disponibilizassem um sistema de monitoramento contínuo dos fatores que podem afetar a qualidade percebida pelos clientes, suas intenções e comportamento. Assim, tal sistema poderia servir como base para a elaboração de estratégias para a melhoria da qualidade e da competitividade entre as operadoras.

REFERÊNCIAS

AMATO, F. **Novas regras de qualidade da telefonia fixa valem em 4 meses.**

2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/02/novas-regras-de-qualidade-da-telefonia-fixa-valem-em-120-dias.html>>. Acesso em: 07 nov. 2014.

ANÍBAL, F.; MENEZES, Z. **Bancos e telefonia lideram reclamações ao Procon no Paraná.** 2013. Disponível em:

<<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?id=1355464>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

ANATEL - **Agência Nacional de Telecomunicações. Acompanhamento do Plano de Melhoria do Serviço Móvel Pessoal (Telefonia Móvel Celular) - SMP.** Disponível em:

<<http://sistemas.anatel.gov.br/sqp/qualidade/principal/consulta2014.asp>>. Acesso em: 09 nov. 2014.

_____. **Qualidade dos serviços.** Telefonia celular. Disponível em:

<<http://www.anatel.gov.br/consumidor/dados-e-rankings/qualidade#1-telefonia-celular>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

_____. **Reclamações na Anatel.** Disponível em:

<<http://www.anatel.gov.br/consumidor/dados-e-rankings/reclamacoes-na-anatel#2-servi%C3%A7os>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

_____. **Anatel lança aplicativo que possibilita consultar a qualidade da telefonia móvel.** Disponível em:

<<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=35388>>. Acesso em: 15 fev. 2015.

_____. **Anatel apresenta resultados comparativos entre pesquisas de satisfação dos usuários.** Disponível em:

<<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=28726>>. Acesso em: 15 mai. 2015.

CUNHA, S. **G1 testa atendimento ao cliente das operadoras de celular por 3 semanas.** 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2014/09/g1-testa-atendimento-ao-cliente-das-operadoras-de-celular-por-3-semanas.html>>. Acesso em: 02 mai. 2015.

DIRECTCALL. **VoIP – Tutorial sobre os conceitos básicos da Telefonia IP, suas características e aplicações em empresas.** Disponível em: <<http://www.directcall.com.br/notice/view/id/26>>. Acesso em: 11 jul. 2015.

FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. **Caderno de Excelência.** FNQ, 2007.

G1 Economia. **Anatel define novas regras de qualidade da telefonia fixa.** 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/12/anatel-define-novas-regras-de-qualidade-da-telefonia-fixa.html>>. Acesso em: 07 nov. 2014.

GUILHERME, P. **Campeã de reclamações em 2013, Oi é multada em 216 milhões pela Anatel.** Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/oi/50066-campea-de-reclamacoes-em-2013-oi-e-multada-em-216-milhoes-pela-anatel.htm>>. Acesso em: 24 jan. 2015.

MARQUES, F. **Guia Prático da Excelência em Serviços:** Como conquistar clientes, aumentar os lucros e viver melhor. Editora Nobel. São Paulo, 2006.

FARIA, C. A. de. **Qualidade em serviços: modelo conceitual:** Disponível em: <http://www.merkatus.com.br/11_artigos/28.htm>. Acesso em: 15 mai. 2015.

RAMASWAMY, R. **Design and Management of Service Processes: Keeping Customers For Life.** Editora Addison-Wesley Publishing Company. USA, 1996.

RODRIGUES, K. P.; SILVA, L. C. D. ; ANDRADE, A. P de. **Uma análise das ações de pós-venda como estratégia de fidelização.** VIII Convibra Administração - Congresso Virtual Brasileiro de Administração. 2011. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_3038.pdf>. Acesso em: 21 jan. 2015.

SILVA, J. de M. **GESTÃO DA QUALIDADE NOS SERVIÇOS:** uma análise da importância do pós venda e da assistência técnica para a fidelização dos clientes um estudo realizado em uma loja de telefonia na cidade de Picos -PI. 2011. 59 f. Monografia (Bacharelado em Administração). Universidade Federal do Piauí - UFPI, Picos, 2011.

TELECO. **Inteligência em Telecomunicações. Legislação: Principais Serviços.** Disponível em: <http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialleg/pagina_4.asp>. Acesso em: 07 nov. 2014.

TELECO. **Tarifação II: Produtos e Serviços**. Disponível em:
<http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialtarifacao2/pagina_3.asp>. Acesso em: 09 nov. 2014.

_____. **Qualidade Telefonia Fixa: O que é?** Disponível em:
<http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialqstfc/pagina_1.asp>. Acesso em: 15 nov. 2014.

_____. **Qualidade de Serviços (QoS): Serviços de QoS** Disponível em:
<http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialqosotm/pagina_3.asp>. Acesso em: 11 jul. 2015.

TEBOUL, J. **Gerenciando a dinâmica da qualidade**. Tradução: Heloisa Martins. Rio de Janeiro: Quality mark Ed, 1991.

ZUINI, Priscila. **Como cativar o cliente no pós venda**. 2012. Disponível em:
<<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/como-cativar-o-cliente-no-pos-venda>>. Acesso em: 21 jan. 2015.