

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO-UFPE
SUPERINTENDÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO DO NORDESTE -SUDENE
PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO - PNUD
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO PÚBLICA PARA O DESENVOLVIMENTO
DO NORDESTE – MPANE

**AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE DE TELEFONIA FIXA
NO NOVO MODELO BRASILEIRO DE TELECOMUNICAÇÕES: O Caso de
Pernambuco**

ANTÔNIO AGUINALDO ARRUDA MELO

Recife, 2003.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO - UFPE
SUPERINTENDÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO DO NORDESTE - SUDDENE
PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO - PNUD
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO PÚBLICA PARA O DESENVOLVIMENTO
DO NORDESTE – MPANE

ANTÔNIO AGUINALDO ARRUDA MELO

**AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE DE TELEFONIA FIXA
NO NOVO MODELO BRASILEIRO DE TELECOMUNICAÇÕES: O caso de
Pernambuco**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Pernambuco, Superintendência para o Desenvolvimento do Nordeste e Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Gestão Pública Para o Desenvolvimento do Nordeste.

Área: Marketing e Políticas Públicas

Orientador: Ricardo Chaves Lima, Ph.D.

Recife, agosto de 2003.

Dissertação de Mestrado apresentada por ANTÔNIO AGUINALDO ARRUDA MELO ao Mestrado Profissional em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste, da Universidade Federal de Pernambuco, sob o título “**AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE DE TELEFONIA FIXA NO NOVO MODELO BRASILEIRO DE TELECOMUNICAÇÕES: O Caso de Pernambuco**”, orientada pelo Professor Doutor Ricardo Chaves Lima e aprovada pela Banca Examinadora formada pelos Professores Doutores:

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Ricardo Chaves Lima, Ph.D.

Presidente

Prof. José Raimundo de Oliveira Vergolino, Ph.D

Membro

Prof. Sérgio Carvalho Benício de Mello, Ph.D.

Membro

Visto e permitida a impressão.

Recife, 9 de outubro de 2003.

Prof. Gustavo Tavares da Silva, Ph.D.

Coordenador do Curso

À minha mulher, Clotilde, aos meus filhos Aresk, Wagner e Aline, pela compreensão e respeito de todos para com a minha necessidade pessoal de busca de saber, por acreditar que o conhecimento é um dos bens mais valiosos do ser humano.

E aos que acreditam que tudo o que é feito, merece ser bem feito, visando à satisfação das pessoas.

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Ricardo Chaves Lima, pelas excelentes aulas ministradas, pela eficaz orientação e estímulo no desenvolvimento deste trabalho. Sua objetividade e pragmatismo concorreram sobremaneira para que eu levasse a bom termo esta dissertação e cumprisse o seu cronograma.

A todos os Professores e Palestrantes do mestrado, pelos conhecimentos que compartilharam conosco.

Aos meus colegas de turma, cuja convivência e execução de trabalhos em equipe muito contribuiu para o êxito deste projeto.

À jornalista, escritora e poetisa Lourdes Sarmiento, autora do livro Pequena História da Telefonia em Pernambuco, que gentilmente cedeu-nos um de seus últimos exemplares desse livro para que pudéssemos utilizá-lo como rara fonte bibliográfica.

A toda a equipe do Mestrado, pela oportunidade de realização do curso e amizade que nos dedicou.

Ao eminente Professor Roberto Aguiar (in memoriam), Coordenador Administrativo do Mestrado, que nos deixou prematura e abruptamente. Sua ausência deixou uma lacuna difícil de ser preenchida. Sua capacidade realizadora, seriedade e dedicação servem de exemplo para aqueles que com ele conviveram.

Aos Professores Pedro Nogueira Cruz e André Marques Cavalcanti, pela apresentação do meu nome para participar do processo seletivo do mestrado e pelo incentivo. O primeiro, um verdadeiro especialista em gente, é um exemplo pela capacidade inata de bem conviver com todos com quem interage, o segundo, distingue-se por procurar sempre o lado intrínseco das coisas.

Às organizações e empresas que colaboraram para a realização deste trabalho, principalmente a Coopertel e a Anatel.

Aos meus familiares, pela compreensão da importância que a aquisição dos conhecimentos do mestrado representavam para mim, como forma de crescimento e realização pessoal e, eventualmente, como requisito para poder compartilhar conhecimentos e experiências acumuladas profissionalmente.

Meu agradecimento especial a Aline, minha filha, pela eficaz contribuição na tradução de textos, na pesquisa às normas da ABNT, na revisão do que eu ia produzindo e até mesmo na digitação de algumas tabelas. Um fato que agora posso revelar: o meu intuito de solicitar sua ajuda não teve outro propósito senão despertá-la, em algum grau, para o mundo da produção científica, já que está iniciando seus estudos no campo das ciências médicas.

E a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

SUMÁRIO

LISTA DE GRÁFICOS, TABELAS, FIGURAS	viii
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....	ix
DEFINIÇÕES.....	x
RESUMO.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
1 INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Problema e hipóteses.....	2
1.3 Objetivos.....	7
1.4 Estrutura da dissertação.....	8
2 TELEFONIA EM PERNAMBUCO.....	9
2.1 Breve histórico.....	9
2.2 Situação atual.....	13
2.2.1 A competição.....	16
2.2.2 A universalização.....	19
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
3.1 Desregulamentação das telecomunicações.....	21
3.2 Satisfação do cliente.....	25
3.3 Importância da satisfação do cliente.....	29
3.4 Satisfação como processo de decisão do consumidor	30
4 METODOLOGIA.....	32
4.1 Natureza da pesquisa.....	32
4.2 A pesquisa da Anatel.....	33
4.3 Coleta de dados.....	34
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	36
5.1 Oferta de telefones à luz do PGMU.....	36
5.2 Qualidade do serviço de telefonia fixa da Telemar/PE à luz do PGMQ.....	43
5.3 Satisfação do cliente residencial de telefonia fixa comutada no estado de Pernambuco.....	46
5.3.1 Telefonia Local.....	46
5.3.1.1 Nível de satisfação geral.....	47

5.3.1.2 Índice de satisfação com a Telemar/PE pelo fator: qualidade das ligações (%).....	48
5.3.1.3 Índice de satisfação com as prestadoras pelo fator: serviços de manutenção (%).....	49
5.3.1.4 Índice de satisfação com as prestadoras pelo fator: serviços (%).....	51
5.3.1.5 Índice de satisfação com a Telemar/PE pelo fator: satisfação com o atendimento (%).....	52
5.3.1.6 Índice de satisfação com a Telemar/PE pelo fator: informações prestadas (%).....	53
5.3.1.7 Índice de satisfação com a Telemar/PE pelo fator: conta, cobrança e condições de pagamento (%).....	55
5.3.1.8 Índice de satisfação com a Telemar/PE pelo fator: tarifas/preços (%).....	56
5.3.1.9 Índice de satisfação de acordo com as variáveis sexo, idade, renda e grau de instrução (%).....	58
5.3.2 Telefonia de longa distância nacional.....	62
5.3.2.1 Avaliação da satisfação com os indicadores do serviço de telefonia interurbana (DDD).....	62
5.3.3 Telefonia de longa distância internacional.....	63
5.3.3.1 Avaliação da satisfação com os indicadores do serviço de telefonia interurbana (DDI) – consolidado (%).....	64
6 CONCLUSÕES.....	66
7 RECOMENDAÇÕES.....	71
8 BIBLIOGRAFIA.....	72
ANEXO 1.....	75
ANEXO 2.....	75
ANEXO 3.....	76
ANEXO 4.....	76
ANEXO 5.....	77
ANEXO 6.....	80
ANEXO 7.....	83

ANEXO 8.....	86
ANEXO 9.....	88
ANEXO 10.....	89

LISTA DE GRÁFICOS, TABELAS E FIGURAS

GRÁFICO 1 – Evolução do Serviço Telefônico Fixo Comutado em Pernambuco.....	40
GRÁFICO 2 – Evolução de Acessos Fixos Instalados pela Telemar/PE.....	41
GRÁFICO 3 – Evolução da Densidade de Acessos Fixos Instalados em Pernambuco.....	42
GRÁFICO 4 – Índice de Satisfação com a Qualidade das Ligações da Telemar/PE.....	49
GRÁFICO 5 – Índice de Satisfação com os Serviços de Manutenção da Telemar/PE.....	50
GRÁFICO 6 – Índice de Satisfação com os Serviços da Telemar/PE.....	52
GRÁFICO 7 – Índice de Satisfação com o Atendimento da Telemar/PE.....	53
GRÁFICO 8 – Índice de Satisfação com as Informações Prestadas pela Telemar/PE.....	54
GRÁFICO 9 – Índice de Satisfação com a Conta, Cobrança e Condições de Pagamento.....	56
GRÁFICO 10 – Índice de Satisfação com Tarifas/Preços.....	58
TABELA 1 – Prestadoras, Tipo de Outorga e Modalidade de Serviços.....	17
TABELA 2 – Indicadores do Plano Geral de Metas de Universalização da Telemar/PE– 20 a 2002.....	39
TABELA 3 – Nível de Satisfação Geral com a Telemar/PE (%).....	48
TABELA 4 – Índice Médio de Satisfação dos Fatores por Sexo (%).....	59
TABELA 5 – Índice Médio de Satisfação dos Fatores por Faixa Etária (%).....	60
TABELA 6 – Índice Médio de Satisfação dos Fatores por Faixa de Renda do Domicílio (%).....	61
TABELA 7 – Índice Médio de Satisfação dos Fatores por Grau de Instrução dos Responsáveis (%).....	62
TABELA 8 – Satisfação dos Usuários em Relação às Prestadoras Utilizadas para Ligações Interurbanas (DDD) – Dados Consolidados (%).....	63
TABELA 9 – Satisfação dos Usuários em Relação às Prestadoras Utilizadas para Ligações Internacionais (DDI) – Dados Consolidados (%).....	65
FIGURA Nº 1 – Modelo Geral de Tomada de Decisão do Consumidor.....	31

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANATEL Agência Nacional de Telecomunicações

CTP Companhia Telefônica de Pernambuco

DDD Discagem Direta a Distância

DDI Discagem Direta Internacional

EMBRATEL Empresa Brasileira de Telecomunicações S/A

FUST Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações

IDEC Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

IGP-DI Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna

INTELIG Bonari Holding Ltda

IMS Índice Médio de Satisfação

LDN Longa Distância Nacional

LDI Longa Distância Internacional

LGT Lei Geral de Telecomunicações

OMC Organização Mundial do Comércio

ONU Organização das Nações Unidas

PASTE Programa de Recuperação e Análise do Sistema de Telecomunicações e do Sistema Postal

PGMQ Plano Geral de Metas de Qualidade

PGMU Plano Geral de Metas para Universalização

PROCON Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor

STFC Serviço Telefônico Fixo Comutado

TELEBRÁS Telecomunicações Brasileiras S/A

TELEMAR/PE Tele Norte Leste S/A – Unidade de Pernambuco

TELPE Telecomunicações de Pernambuco S/A

TLN Tele Leste Norte Nordeste

TU-RL Tarifa de Uso de Rede de Telefonia Local

UFRGS Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UIT União Internacional de Telecomunicações

DEFINIÇÕES

Para efeito deste trabalho, serão adotadas as definições do regulamento de telecomunicações:

ACESSO Conjunto de meios físicos ou lógicos pelos quais um usuário é conectado a uma rede de telecomunicações;

INTERCONEXÃO é a ligação entre redes de telecomunicações funcionalmente compatíveis, de modo que os usuários de serviços de uma das redes possam comunicar-se com usuários de serviços de outra ou acessar serviços nela disponíveis;

LOCALIDADE é toda a parcela circunscrita do território nacional que possua um aglomerado permanente de habitantes, caracterizada por um conjunto de edificações, permanentes e adjacentes, incluindo as edificações não adjacentes, formando uma área continuamente construída com arruamentos reconhecíveis, ou dispostas ao longo de uma via de comunicação, tais como Capital Federal, Capital Estadual, Cidade, Vila, Aglomerado Rural e Aldeia;

QUALIDADE DO SERVIÇO DE TELEFONIA FIXA COMUTADA considera-se como tal o serviço que satisfizer às condições de regularidade, eficiência, segurança, atualidade, generalidade, cortesia e modicidade das tarifas.

SERVIÇO DE TELECOMUNICAÇÕES é o conjunto de atividades que possibilita a oferta de telecomunicação;

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;

TELECOMUNICAÇÃO é a transmissão, emissão ou recepção, por fio, radioeletricidade, meios ópticos ou qualquer outro processo eletromagnético de símbolos, caracteres, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza;

UNIVERSALIZAÇÃO é o direito de acesso de toda pessoa ou instituição, independentemente de sua localização e condição sócio-econômica, ao Serviço Telefônico Fixo Comutado destinado ao uso do público em geral, prestado no regime público, conforme definição do Plano Geral de Outorgas, bem como a utilização desse serviço de telecomunicações em serviços essenciais de interesse público, nos termos do art. 79 da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, e mediante o pagamento de tarifas estabelecidas na regulamentação específica;

USUÁRIO é qualquer pessoa que se utiliza do serviço telefônico comutado independente de assinatura ou inscrição junto à prestadora de serviço.

RESUMO

A satisfação do cliente tem se constituído num aspecto central para o sucesso das organizações e para o êxito de políticas públicas. Este trabalho teve como propósito avaliar o nível de satisfação de clientes residenciais com o serviço de telefonia fixa, no Estado de Pernambuco, enfocando aspectos relacionados com oferta, qualidade e preços. A metodologia quantitativa/descritiva utilizada mostrou que o nível de satisfação em relação à qualidade e preços dos serviços, está aquém das exigências do mercado, dado que todos os fatores pesquisados ficaram abaixo de 85% - início da faixa de excelência em satisfação. Os resultados demonstraram que os clientes estão mais satisfeitos com os serviços de telefonia de longa distância, onde há competição entre as operadoras, do que com o serviço de telefonia local, explorado basicamente em regime de monopólio privado. Dentre as operadoras pesquisadas, a Embratel foi a melhor avaliada. Os clientes mais satisfeitos são os de menor renda, menor grau de instrução, mais idosos e os do sexo feminino. Quanto à oferta de linhas telefônicas, os números evidenciam o acerto do novo modelo de telecomunicações na medida em que as metas de universalização foram superadas. Contudo, a inclusão social nas telecomunicações está limitada, de um lado, pelos preços dos serviços e, de outro, pelo baixo poder aquisitivo da população.

Palavras-chave: Satisfação do Cliente, telecomunicações, qualidade.

ABSTRACT

The satisfaction of the client has been composed in a central aspect to the success of the organizations and to the result of public politics. This research had as purpose evaluate the level of satisfaction of the resident clients with fixed telephone services in the state of Pernambuco, focusing related aspects with offer, quality and price. The quantitative/descriptive methodology used showed that the level of satisfaction related to the quality and prices of the services are less than the commerce demand, as all the factors researched were below 85% - beginning of the excellence in satisfaction. The results showed that the clients are more satisfied with the services of long distance telephone services, where there is competition among the operators, than with the local telephone services, exploring basically in private monopoly regime. Among the researched operators, Embratel was the best evaluated. The clients were more satisfied are those with less income, less education, elderly and those from female sex. Concerning the offer of telephone lines, the numbers show the discernment of the new model of telecommunication as the target of universalization were surpassed. Nevertheless, the social inclusion in telecommunication area is limited, in a way, by the increased prices and in another by limitations of the population purchasing power.

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA

A satisfação do cliente tem se constituído num aspecto central para a sobrevivência, competitividade e lucratividade, não só para organizações empresariais, como também para organizações governamentais.

A satisfação do cliente na prestação de serviços públicos classificados na constituição brasileira como essenciais, a exemplo da telefonia, energia elétrica, entre outros, é um imperativo não só para atender às necessidades dos usuários e para a continuidade operacional das prestadoras, mas também para legitimar as políticas públicas nessas áreas e para garantir a continuidade da concessão pela União para a exploração dos mesmos. “Compete à União, por intermédio do órgão regulador – Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel - e nos termos das políticas estabelecidas pelos Poderes Executivo e Legislativo, organizar a exploração dos serviços de telecomunicações¹”.

No Brasil, o processo de privatização das empresas de telecomunicações, levado a efeito no ano de 1998, pelo governo federal, através da Lei nº 9.472 - Lei Geral de Telecomunicações, de 16 de julho de 1997, foi operacionalizado por meio de contratos de concessão e de contratos de autorização que objetivam, em última análise, a satisfação do cliente por meio do estabelecimento de critérios e indicadores de qualidade e continuidade do serviço de telefonia fixa comutada (STFC).

Serviço Telefônico Fixo Comutado 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 telefonia² (1998, p.2).

No setor de telecomunicações brasileiro, a meta de atender às necessidades dos usuários de telefonia fixa tem sido perseguida, embora não tenha sido alcançada nos níveis desejados, conforme será demonstrado neste trabalho.

O principal objetivo deste estudo é avaliar o nível de satisfação do cliente de telefonia fixa, no Estado de Pernambuco, com as empresas concessionárias desse serviço. O setor de telecomunicações foi escolhido pela sua importância para o desenvolvimento do estado e do país, e pela experiência do autor nessa área. Consideramos o estudo relevante, entre outros aspectos, pela construção do saber pós-venda, pela possibilidade de retratar aspectos da realidade e de, eventualmente, subsidiar decisões para adoção de oportunidades de melhoria.

1.2 PROBLEMA E HIPÓTESES

As telecomunicações, de um modo geral, e a telefonia em particular, têm promovido transformações importantes em todos os segmentos da sociedade, por se tratarem de infra-estruturas indutoras do desenvolvimento em cadeia.

Sua importância estratégica fez com que o governo federal assumisse a responsabilidade pela concepção e implementação de políticas públicas para o setor, visando, sobretudo, assegurar os direitos dos usuários, traduzidos na forma de satisfação com a prestação dos serviços.

No passado recente – 1967 a 1997 – o modelo de exploração das telecomunicações era estatal e monopolista. Nesse período, foi criado o Sistema Brasileiro de Telecomunicações, constituído por uma empresa *holding* - a Telebrás -, por uma empresa de longa distância

¹ Art. 1º da Lei Nº 9.472, de 16 de julho de 1997.

² Texto contido na cláusula 1.2, p.2, do Contrato de Concessão firmado entre a Anatel e a Telecomunicações de Pernambuco S.A – Telpe, em 02 de junho de 1998.

nacional e internacional – a Embratel – e por 28 empresas de âmbito estadual e local – as Teles – e por quatro empresas independentes. Este foi um marco temporal importante para o setor de telecomunicações.

No entanto, a condição de estatal monopolista fazia com que as empresas reduzissem os investimentos e se acomodassem quanto à qualidade do atendimento aos clientes, embora a Telebrás, holding do Sistema, utilizasse um conjunto de indicadores para avaliar o desempenho das empresas, entre os quais, o de Reclamação por Cem Assinantes – RECA. Contudo, os indicadores eram analisados, pelos gestores das empresas, predominantemente sob o ponto de vista operacional e não sob a perspectiva da satisfação do cliente.

As pesquisas de satisfação de clientes e sua respectiva valorização e utilização para subsidiar decisões passaram a ser realizadas pelas empresas do Sistema Telebrás basicamente como consequência da implantação de seus Programas de Qualidade Total a partir do início dos anos 90.

A principal preocupação à época era com a demanda reprimida decorrente da pequena capacidade de oferta e com os elevados preços para aquisição de linhas telefônicas.

Um marco temporal importante para o setor de telecomunicações no Brasil foi a aprovação da LGT – Lei Geral das Telecomunicações, em julho de 1997.

A busca de satisfação dos usuários com os serviços de telefonia fez com que a União – a quem compete organizar a exploração dos serviços de telecomunicações -, implementasse, em julho de 1997, um novo modelo de telecomunicações no país, objetivando, especificamente, *“o aumento da oferta de serviços, o alcance de padrões de qualidade compatíveis com as exigências do mercado e a prática de tarifas razoáveis e justas”*³. Este cenário-objetivo, avaliado sob o ponto de vista da satisfação do usuário será objeto de nosso estudo, o qual focalizará apenas o segmento residencial de telefonia fixa.

A Lei nº 9.472 – Lei Geral de Telecomunicações, que dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, no inciso I, do seu artigo 2º, estabelece que “o Poder Público tem o dever de garantir, a toda a população, o acesso às telecomunicações, a tarifas e preços razoáveis, em condições adequadas”.

A introdução deste novo modelo veio acompanhada da criação de uma agência reguladora, a Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL que, por sua vez, estabeleceu metas quantitativas e qualitativas para as empresas concessionárias dos serviços de telefonia fixa e móvel, bem como assumiu a competência de fixar e reajustar tarifas para cada modalidade de serviço.

As metas quantitativas fazem parte do PGMU – Plano Geral de Metas para a Universalização e as qualitativas constituem o PGMQ – Plano Geral de Metas de Qualidade.

As metas quantitativas de Universalização, que objetivam possibilitar o acesso de qualquer pessoa ou instituição de interesse público a serviço de telecomunicações, independentemente de sua localização e condição sócio-econômica, foram alcançadas e até superadas, em números absolutos, como pode ser constatado no *site* da Anatel (www.anatel.gov.br), cujo objetivo estabelecido para Telemar/PE, por exemplo, era de 870.000 acessos até 31 de dezembro de 2001, e essa operadora instalou 1.295.056 acessos telefônicos. Vale salientar que o número de acessos dessa mesma operadora em dezembro de 2002 era de 1.245.680, representando uma redução de 49.376, em relação a dezembro de 2001, como a indicar que houve desativações, supostamente por inadimplência, segundo fonte

³ Objetivos específicos estabelecidos na Exposição de Motivos nº 231 que encaminhou a Lei Nº 9.472, de 16 de julho de 1997.

da Anatel⁴. A oferta de acessos de telefonia fixa prevista para Pernambuco em dezembro de 2002 era de 1.299.100 e foram instalados 1.667.500 acessos⁵. Hoje, nos grandes centros urbanos, a oferta de linhas telefônicas está superior à demanda.

A quantidade prevista de 16,4 telefones fixos por 100 (cem) habitantes para dezembro de 2002, em Pernambuco, foi ultrapassada, chegando a 21 (vinte e um) para cada 100 (cem) habitantes. Em 1998, ano da privatização das estatais de telecomunicações, eram 6(seis) telefones para cada 100 (cem) habitantes. Segundo a Exposição de Motivos 231, antes da privatização das empresas de telecomunicações e da criação de novas empresas, verificava-se que mais de 80% dos terminais residenciais concentravam-se nas famílias de classes “A” e “B”⁶. Em 1997, dentre as famílias de classe “D”, apenas 7% possuíam telefone. Em 2001, esse número evoluiu para 53%, segundo o Ministério das Comunicações.

Quanto às metas relacionadas com padrões de Qualidade, os dados oficiais disponíveis na Agência Reguladora indicam que ainda não alcançaram os níveis exigidos pelos usuários e pelo PGMQ.

Com relação às tarifas dos serviços de telefonia fixa comutada - STFC, os meios de comunicação social do país apontam este quesito como o que apresenta maior índice de insatisfação dos usuários, ensejando, inclusive, o posicionamento do Ministério das Comunicações favorável à mudança do IGP-DI por outro indexador, pois este índice, previsto para reajuste das tarifas no contrato de concessão das operadoras, e que tem subido mais que a inflação, é utilizado pela Anatel para fixação de reajustes (Vide Anexo 3).

De acordo com o programa de campanha do governo Lula, “o modelo tarifário adotado dificulta a universalização. A assinatura residencial acumula um reajuste de mais de 3.700% no período de 1995 a 2001, quando, no mesmo período, o índice do custo de vida ficou em 174%. É uma das principais razões para o alto nível de inadimplência, que se soma à estagnação dos níveis de renda”⁷.

Segundo o Ministério das Comunicações, um fator importante na composição do custo da tarifa é a elevada carga tributária, que varia de 40% a 44% sobre a conta telefônica, onerando o preço do serviço para os usuários em geral e a população de baixa renda em particular. Para o ex-ministro das comunicações, Juarez Quadros, não é justo que os serviços de telecomunicações estejam sujeitos a mais impostos que a comercialização de armas, bebidas e veículos de passeio⁸.

A Anatel, que poderia liberalizar as tarifas após o prazo de três anos da introdução do regime de competição entre operadoras, continua fixando e controlando as tarifas praticadas no mercado.

Atualmente, discute-se no país a questão das tarifas telefônicas, com ênfase na autonomia da Anatel para fixar reajustes tarifários e no índice econômico utilizado como base de cálculo de reajuste.

Quase seis anos após a última reestruturação das telecomunicações no Brasil, a Anatel finalmente divulgou, no dia 13 de fevereiro de 2003, os resultados da sua primeira pesquisa de satisfação dos usuários dos serviços de telefonia.

Dentre os diversos aspectos observados na Pesquisa de Satisfação da Anatel, um que chama atenção é que a operadora preferida para as ligações de longa distância nacional (LDN)

⁴ Informação prestada pelo Gerente da Anatel em Pernambuco.

⁵ Fonte: informação disponível no site do Ministério das Comunicações (www.mc.gov.br) no dia 22.02.2003.

⁶ Informação contida na Exposição de Motivos Nº 231, de 10 de dezembro de 1996, p.7.

⁷ Informação obtida por meio de consulta ao programa de governo de Lula na página da internet do jornal Folha de São Paulo, em 10/11/2002.

⁸ Parte do discurso de transmissão do cargo de Ministro de Estado das Comunicações, em 1º de janeiro de 2003.

e longa distância internacional (LDI) – que é a Embratel - não é a que cobra a menor tarifa no seu Plano Básico, como a indicar que os usuários efetivamente dão preferência às empresas que prestam serviços de melhor qualidade – o que pode ser interpretado como um critério utilizado pelo usuário para a seleção da operadora.

Não obstante o estabelecimento pela Anatel de metas desafiadoras de qualidade e de quantidade, conforme acima referido, as operadoras de telefonia são, atualmente, as campeãs de reclamações junto a órgãos de defesa do consumidor, indicando que o nível de satisfação dos usuários com a prestação dos serviços, está aquém de suas expectativas⁹.

Historicamente, até o ano de 2002, os dados e indicadores dos serviços de telefonia eram, de um modo geral, analisados à luz da perspectiva do desempenho operacional das prestadoras, em detrimento da avaliação sob a perspectiva do cidadão usuário dos serviços.

Com base neste quadro, o problema de pesquisa do presente trabalho é avaliar a percepção do cliente em relação à qualidade, oferta e tarifas dos serviços de telefonia fixa comutada, no Estado de Pernambuco, para grupos com diferentes níveis de renda, grau de instrução, sexo e faixa etária. As hipóteses são: H1: A tarifa de telefonia fixa é o principal fator de insatisfação de clientes residenciais para com as operadoras; e H2: A prestação dos serviços de telefonia fixa residencial não alcançou padrões de qualidade compatíveis com as exigências do mercado.

1.3 OBJETIVOS

Objetivo Geral:

O objetivo geral deste trabalho é avaliar o nível de satisfação de clientes residenciais de telefonia fixa, no estado de Pernambuco, com as empresas concessionárias de telefonia local, de longa distância nacional e de longa distância internacional, enfocando aspectos relacionados com a quantidade, qualidade e preços/tarifas.

Objetivos Específicos:

1. Analisar a evolução do serviço de telefonia fixa no Estado de Pernambuco;
2. Avaliar a evolução do serviço de telefonia fixa em relação à quantidade de linhas telefônicas ofertadas;
3. Avaliar o grau de satisfação do cliente de telefonia fixa em relação à qualidade dos serviços prestados pelas operadoras;
4. Avaliar o grau de satisfação do cliente de telefonia fixa no que se refere às tarifas fixadas pela Anatel e praticadas pelas Operadoras.

A telefonia fixa disponibilizada através de TUP's – Telefones de Utilidade Pública, conhecidos popularmente como “orelhões”, não será objeto de exame neste trabalho, pois o mesmo estará restrito à abordagem da telefonia fixa residencial no Estado de Pernambuco.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Além deste capítulo de introdução, este trabalho contém os seguintes capítulos: Telefonia em Pernambuco; Referencial Teórico; Metodologia; Apresentação e Análise dos Resultados; Conclusão; e Recomendações.

⁹ Informações disponíveis no *site* www.idec.com.br e no Procon da Prefeitura da Cidade do Recife apontam as prestadoras de telefonia entre as que registram maior número de reclamações de usuários.

2 TELEFONIA EM PERNAMBUCO

Antes da abordagem relativa à avaliação do nível de satisfação de usuários dos serviços de telefonia fixa comutada, em Pernambuco, que levam às conclusões deste trabalho, é importante que se caracterize a história antiga e atual em que está inserida a telefonia em Pernambuco. As mudanças por que passou o setor não podem deixar de ser consideradas, sob pena de comprometer a compreensão de sua evolução histórica.

2.1 BREVE HISTÓRICO

“O telefone foi inventado por Graham Bell, escocês naturalizado norte-americano, em 10 de março de 1876. Neste mesmo ano, no dia 25 de julho, Bell apresentou seu invento na Exposição Centenária de Filadélfia.” (Sarmiento, 1980, p.25)

Na ocasião ocorreu o que o próprio Bell nunca poderia esperar: Dom Pedro II, o Imperador do Brasil, reconheceu o jovem professor a quem havia sido apresentado antes. Bell aproveitou a oportunidade e disse que tinha um pequeno aparelho falante, uma máquina elétrica. Dom Pedro II, imediatamente, quis ver o invento e pronunciou uma frase famosa na história do telefone: “Meu Deus, isto fala!” (Sarmiento, 1980, p.26)

Poucos meses após o acontecimento na Filadélfia, aparecia, no Rio de Janeiro, o primeiro telefone construído nas oficinas da *Western and Brazilian Telegraph Company*, para D. Pedro II. Foi instalado no Palácio São Cristóvão, na Quinta da Boa Vista, hoje Museu Nacional.

A primeira concessão para estabelecimento de uma rede telefônica, no Brasil, ocorreu em 15 de novembro de 1879, e foi dada a Charles Paul Mackie.

Em 13 de outubro de 1880, estava formada a *Telephone Company of Brazil*. No Brasil, a implantação do telefone começou cedo, principalmente em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Embora os paulistanos tenham feito as suas ligações automáticas primeiro que os parisienses, houve uma acomodação ao longo do tempo e, lentamente, o Brasil deixou de acompanhar os progressos que o mundo deu por um amplo período.

O Imperador do Brasil, por meio do Decreto nº 8.459, de 18 de março de 1882, concedeu permissão a José Leopoldo Bougard para assentar linhas telefônicas na capital e demais localidades da Província de Pernambuco.

O início da comunicação telefônica em Pernambuco data de 27 de abril de 1882, por meio de um acesso interligando o palácio da Presidência da Província e a Secretaria de Polícia. À época, o serviço de telefonia era explorado pela Empresa Telefônica Bourgard.

Cada assinante, em 1882, pagava vinte mil réis mensais e tinha direito a comunicar-se com todos os assinantes, correndo por conta da empresa a despesa de colocação das linhas e aparelhos, além de reparos em defeitos nos mesmos, não motivados pelos assinantes. Os assinantes dos subúrbios pagavam a mesma mensalidade e mais a despesa de colocação da linha, além do perímetro da cidade. (SARMENTO, 1980, p.35)

O Diário de Pernambuco, de 13 de fevereiro de 1883, divulgou a primeira lista telefônica de Pernambuco, composta por 18 assinantes, porém, poucos meses depois, já eram registrados 83 assinantes.

Em 1884 já se registravam reclamações com a pouca oferta de linhas e com a qualidade dos serviços telefônicos, cujas ligações contavam com o apoio de telefonistas.

Como tudo na vida, pouco a pouco, os telefones foram perdendo a sua fama de novidade e como a rotina provoca queixas, ataques e até desdêns, as telefonistas começaram a receber

grosserias por parte dos usuários, mas a comunicação telefônica continuava. (SARMENTO, 1980, p.41)

Segundo os registros históricos, em 1905 existiam, em Pernambuco, 550 linhas telefônicas em funcionamento.

De acordo com Sarmento (1980), em 1907, o Governo Estadual contratou Luiz Pereira de Oliveira Faria para o serviço de telefones do Recife. O prazo combinado seria de 30 anos. O município entregaria ao contratante, postes, fios, aparelhos que recebeu do antigo concessionário. O novo contratante pagaria durante o arrendamento 10 contos de réis por ano, obrigando-se a manter os telefones gratuitos nas repartições públicas. As assinaturas não excederiam de 15 mil réis por mês. E teria a nova empresa isenção municipal.

Ainda segundo Sarmento (1980), de Luiz Pereira de Oliveira Faria passou a concessão para a THE TELEPHONE COMPANY OF PERNAMBUCO LIMITED, conforme contrato firmado, em 14 de março de 1925, pelo qual se comprometia a Concessionária a construir e explorar no Município do Recife, Estado de Pernambuco, um sistema de comunicações telefônicas, de primeira ordem, permitindo a transmissão dos usuários com a garantia da conversação exclusiva com o aparelho pedido. Comprometia-se, ainda, a concessionária a construir linhas telefônicas com fio ou sem fio, a atender suas linhas até o município de Olinda, São Lourenço, Jaboatão e Cabo após 6 meses de conclusão do novo serviço telefônico de Olinda, e, após 18 meses, às cidades de Paudalho, Vitória e Escada.

A insatisfação com a qualidade do serviço telefônico é registrada na edição do Jornal do Comércio, de 6 de dezembro de 1927, nos seguintes termos:

Os telefones automáticos, desde sábado inaugurados, marcam um desses progressos notáveis. Éramos, em tal sentido, uma das capitais pior servidas, pois correspondia a um verdadeiro sacrifício o ter de recorrer a um dos aparelhos de comunicação entre nós existentes. (SARMENTO, 1980).

A telefonia em Pernambuco entra em uma nova fase com a criação da CTP – Companhia Telefônica de Pernambuco.

De acordo com Sarmento (1980):

Por escritura pública, lavrada em notas do 1º Tabelião do Recife, em data de 22 de julho de 1958, figurando como partes o Governo do Estado, Prefeitura do Município do Recife, a Telephone Company of Pernambuco Limited e a Companhia Telefônica de Pernambuco, tornou-se esta última concessionária exclusiva dos serviços telefônicos de Recife, Olinda e interurbano, assumindo, em decorrência desse novo contrato, entre outras obrigações, a de instalar 20.600 novas linhas automáticas, do moderno sistema CROSSBAR-ERICSSON, sob a forma de autofinanciamento, regime que vem sendo adotado, com absoluto sucesso, em mais de 200 cidades brasileiras.

Durante muito tempo o setor de telecomunicações se desenvolveu lentamente.

No início dos anos 60, o serviço de telefonia no país encontrava-se operando de forma bastante precária, tanto em qualidade como em atendimento. Nessa época, tanto a União como Estados e Municípios podiam explorar a telefonia diretamente ou mediante outorga, bem como definir tarifas. Surgiu então a necessidade de mudanças importantes no setor, que foram operacionalizadas, por meio do Código Brasileiro de Telecomunicações, promulgado em agosto de 1962 e considerado um dos principais marcos na história das telecomunicações.

Com a finalidade de executar um programa arrojado, a 16 de setembro de 1965, foi criada a Embratel com a principal missão de interligar o país e viabilizar a comunicação internacional¹⁰. Este foi mais um marco histórico importante.

¹⁰ Referência constante do Livro “Pequena História da Telefonia em Pernambuco”. (1980, p.79)

Em 1967, a União passou a ter exclusividade na concessão de outorga para exploração dos serviços de telecomunicações. No final dos anos 60 havia no Brasil mais de mil pequenas e médias empresas de telefonia operando e defendendo, cada uma, seus próprios interesses.

Foi nesse quadro que surgiu, em 1972, a Telebrás, *holding* do sistema composto por 29 empresas estatais, e que executou um importante plano de expansão.

Em 4 de dezembro de 1973, efetuou-se a mudança da denominação social de Companhia Telefônica de Pernambuco S/A para Telecomunicações de Pernambuco S/A – TELPE. Orientada por um trabalho que buscava a expansão da telefonia no Estado, a empresa cumpriu bem o seu papel histórico alinhada com os objetivos estabelecidos pelo governo federal para o setor, porém dentro das limitações que lhes eram impostas.

No entanto, segundo Siqueira (2002, p.215), o modelo monopolista estatal foi perdendo eficiência ao longo do tempo e em 1980 já dava sinais de esgotamento. Os superávits das estatais eram carregados para o Tesouro a fim de reduzir os déficits crônicos do governo federal. As empresas eram obrigadas a cortar seus projetos de expansão. A escassez de linhas fez surgir o mercado paralelo de telefone. Na época, uma linha telefônica chegava a custar mais de 4 mil reais.

Siqueira (2002, p.219) afirma que, impelido por três fatores poderosos – a revolução tecnológica, o processo de globalização e a queda progressiva de barreiras comerciais – o mundo revê os velhos modelos monopolistas, abrindo cada dia maiores espaços à privatização e competição nas telecomunicações.

Alinhado com essa realidade, o governo brasileiro implementou o atual modelo de telecomunicações no país, tendo como marco inicial, em 1995, a quebra do monopólio das empresas estatais e a posterior privatização.

O Sistema Telebrás foi privatizado no dia 29 de julho de 1998. O leilão aconteceu na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro. O consórcio Telemar, novo controlador da Telpe, venceu o leilão e passou a ser o atual dono de 16 telefônicas, do Amazonas ao Rio de Janeiro.

2.2 SITUAÇÃO ATUAL

A competência para organizar a exploração dos serviços de telecomunicações no país é da União, por intermédio do órgão regulador – a Anatel -, e de acordo com as políticas estabelecidas pelos Poderes Executivo e Legislativo.

A Anatel está sediada em Brasília e possui Escritórios Regionais em diversos estados, entre eles o de Pernambuco, localizado à rua Joaquim Bandeira, nº 492, Boa Viagem - Recife/PE, e tem como seu gerente João Batista Furtado Filho. Sua missão é *“promover o desenvolvimento das telecomunicações do País de modo a dotá-lo de uma moderna e eficiente infra-estrutura de telecomunicações, capaz de oferecer à sociedade serviços adequados, diversificados e a preços justos, em todo o território nacional”*¹¹.

Parece-nos importante salientar que o papel da Anatel como órgão regulador a quem compete conceder o direito para exploração de serviços de telecomunicações, aliado à sua independência institucional, configura um novo estágio no setor, dado que, no passado recente, concessões eram feitas por meio de critérios não muito claros.

Os meios de comunicação social estão a explorar um conflito de poder estabelecido entre o Poder Executivo e as Agências Reguladoras, enfatizando a Anatel. Este conflito decorre da competência exclusiva dessa Agência Reguladora, entre outras coisas, para fixar e reajustar tarifas e para firmar contratos de concessões e autorizações com as prestadoras de serviços de telecomunicações. Suas decisões só podem ser contestadas judicialmente. Além disso, ela também acumula poder por estar submetida a regime autárquico especial,

¹¹ Missão descrita no *site* da Anatel (www.anatel.gov.br)

caracterizado por independência administrativa, ausência de subordinação hierárquica, autonomia financeira e mandato fixo e estabilidade de seus dirigentes.

O governo federal quer substituir o índice de reajuste de telefone previsto nos contratos de concessão, que é o IGP-DI, por outro indexador, no intuito, segundo os meios de comunicação social, de diminuir para a sociedade o percentual de reajuste da tarifa telefônica e de reduzir o impacto desse aumento na inflação¹².

No momento, cinco anos após a privatização do Sistema Telebrás, ocorrida no dia 29 de julho de 1998, observa-se que o cenário-alvo previsto na concepção do novo modelo brasileiro de telecomunicações para este ano de 2003 ainda não foi totalmente alcançado, nem em Pernambuco – espaço geográfico focalizado nesta pesquisa -, nem nos outros estados da federação, como será mostrado no capítulo referente aos resultados deste trabalho.

Atualmente, apenas empresas privadas, no total de sete, estão credenciadas junto à Anatel para explorar os serviços de telefonia fixa comutada no Estado de Pernambuco, em regime de concessão e de autorização. São elas: Albra, Embratel, Intelig, Telemar, Telesp, TNL e Vésper. Algumas delas obtiveram autorização para entrar em operação até 13/12/2003, como pode ser observado na Tabela 1. A concessão é a delegação mediante contrato, por prazo determinado, sujeitando-se a concessionária aos riscos empresariais, remunerando-se pela cobrança de tarifas aos usuários. Já o Termo de Autorização é um instrumento legal firmado entre a Anatel e a operadora autorizada a explorar o STFC destinado ao uso do público em geral em área geográfica definida.

As operadoras estão interconectadas entre si, conforme determinação legal. “Interconexão é a ligação entre redes de telecomunicações funcionalmente compatíveis, de modo que os usuários de serviços de uma das redes possam comunicar-se com usuários de serviços de outra ou acessar serviços nela disponíveis”¹³. Este é de fato um requisito fundamental para viabilizar a formação da rede nacional de telecomunicações e a competição entre as operadoras. O preço da interconexão de redes de telecomunicações tem sido fonte de conflito entre as operadoras, principalmente entre aquelas que exploram os serviços de longa distância, como Embratel e Intelig, e as que exploram os serviços de telefonia fixa local, como Telemar e Vésper, pelas razões citadas no item 2.2.1, sobre competição.

No quadro atual observam-se, todavia, avanços consideráveis no setor de telefonia, especialmente, no que concerne à oferta de linhas telefônicas, que foram incrementadas de forma significativa após a reestruturação do setor. A concessionária Telemar/PE, que explora a telefonia fixa no Estado de Pernambuco, dispunha em março deste ano 1.245.353 linhas telefônicas, contra cerca de 625.000 em julho 1998, ano da privatização das telecomunicações. Atualmente, existem linhas telefônicas disponíveis para atender a demanda. Antes da privatização esperava-se até dois anos para ter uma linha instalada. Hoje, a Telemar/PE toma a iniciativa de oferecer mais linhas telefônicas para quem já dispõe de uma, conforme o perfil de consumo.

Com a antecipação em 2001 das metas de universalização (previstas para 2003), realizada por três, das quatro concessionárias do serviço de telefonia fixa comutada, a oferta de telefones aumentou e aumentou também a competição na telefonia de longa distância (Embratel, Telemar e Telefônica).

¹² Informação disponível no site do Ministério das Comunicações (www.mc.gob.br), no Resumo das Realizações, constante na opção Opiniões e Notícias.

¹³ Texto constante do parágrafo único do artigo 146 da LGT – Lei Geral de Telecomunicações

Infelizmente, as medidas adotadas objetivando para promover a competição e a diversidade dos serviços, não propiciaram padrões de qualidade e preços compatíveis com a exigência dos usuários não foram suficientes.

Segundo informação veiculada na imprensa¹⁴, a Telemar/PE é alvo de críticas dos usuários e lidera o número de reclamações no Juizado de Relação de Consumo.

O novo modelo brasileiro de telecomunicações foi baseado em dois pilares fundamentais: a competição e a universalização. A construção desses dois pilares traria, como consequência, no longo prazo, a solução para todos os problemas no setor de telecomunicações, especialmente, para a telefonia.

2.2.1 A competição

A exploração de serviços de telecomunicações se dá por meio de concessão, permissão ou autorização. As antigas estatais (*incumbents*) exploram os serviços por meio de concessão e as novas empresas (espelho) o fazem por meio de autorização.

A expectativa do novo modelo era de que as antigas empresas detentoras de *concessões*, ex-estatais, como Telemar e Embratel, competiriam com as novas, detentoras de *autorizações*, como Vésper e Intelig. A Vésper competiria com a Telemar na prestação dos serviços de telefonia fixa local e regional, e a Intelig competiria com a Embratel na prestação dos serviços de telefonia de longa distância nacional e internacional. Assim, a introdução da competição permitiria que as empresas atendessem às necessidades básicas de telecomunicações dos consumidores oferecendo melhores serviços e menores preços – esse era um dos objetivos do novo modelo.

Atualmente, no entanto, a competição na prestação dos serviços de telefonia fixa no Estado de Pernambuco está restrita basicamente à telefonia de longa distância nacional e internacional. Na prestação desses serviços, estão hoje competindo entre si Embratel, Intelig, Telemar, TLN e TELESP. Já na prestação dos serviços de telefonia local a competição praticamente não foi estabelecida. A Vésper, que compete com a Telemar na telefonia local, utilizou uma tecnologia que não permite a transmissão de dados, inviabilizando o acesso à Internet por meio de suas linhas telefônicas. Além disso, seus preços não são competitivos, como eram esperados. Dessa forma, é incipiente a competição na telefonia local. A Telemar/PE é quem domina a exploração da telefonia fixa local. Contudo, outras operadoras estão autorizadas a prestar esse serviço no Estado de Pernambuco, como pode ser visto na Tabela 1, sinalizando uma perspectiva de efetiva competição, com as consequências positivas dela decorrentes. A Embratel já está explorando o serviço de telefonia fixa local em Pernambuco, embora ainda restrita ao segmento corporativo. Vale ressaltar a existência de competição, em certo grau, entre telefonia fixa e telefonia celular, mesmo tendo esta a tarifa mais cara.

¹⁴ Informação publicada em artigo do Jornal do Commercio, de Recife, edição de 13/07/2003, intitulada “Juizado recebe queixas contra a Telemar”.

TABELA 1 – PRESTADORAS, TIPO DE OUTORGA E MODALIDADE DE SERVIÇOS

Prestadora	Tipo de outorga	Modalidade de serviço	Início de operação
TELEMAR	Concessão Concessão	Local LDN	Em operação 20/07/2002
TNL	Autorização	LDI	20/07/2002
VÉSPER S.A	Autorização	Local LDN-Intraestadual	Em operação
TELESP	Autorização	Local, LDN e LDI	06/05/2003 01/03/2003 01/03/2003
EMBRATEL	Concessão Concessão Autorização	LDN LDI Local	Em operação Em operação 16/12/2002
INTELIG	Autorização	LDN LDI Local	20/01/2000 20/01/2000 Até 13/12/2003
ALBRA	Autorização	LDN LDI	Até 13/12/2003 Até 13/12/2003

Fonte: Anatel

Um dos graves problemas da competição, citado rapidamente acima, é que nem todas as prestadoras chegam à casa do usuário. Em Pernambuco, por exemplo, apenas as empresas Vésper (de forma bastante limitada) e Telemar possuem redes de acesso direto aos usuários - no momento. Por isso, elas cobram às outras pelo uso de suas redes e o valor cobrado é o principal motivo de conflito entre elas e as demais operadoras. A Embratel e a Intelig entraram com representação contra a Telemar acusando-a de prática anticompetitiva em razão da cobrança abusiva de tarifa de uso de rede de telefonia local (TU-RL)¹⁵. Este Problema ocorre porque as operadoras que não têm meios de chegar diretamente até a casa do usuário necessitam usar a rede local de outras operadoras para que possam prestar serviços de longa distância aos seus clientes.

Os planos de numeração dos serviços de certa forma também comprometem a competição, na medida em que não permitem a portabilidade do número da linha telefônica, isto é, não permitem que o assinante leve para outra operadora que ofereça melhores condições técnico-comerciais o número do seu código de acesso (de sua linha telefônica). Sem esse procedimento, muitos desistem de mudar de operadora, principalmente clientes corporativos e profissionais autônomos, como médicos e advogados, cuja troca do número dos seus telefones poderia causar problemas.

A partir de julho deste ano de 2003, o quadro de competição no setor de telecomunicações, não só em Pernambuco como no país, poderá ser alterado

¹⁵ A Embratel e a Intelig representaram junto à Anatel, por infração à ordem econômica, contra a Telesp, Telemar e Brasil Telecom por meio dos Processos Administrativos nº 53500.001821/2002; 53500.001823/2002 e 53500.001824/2002

substancialmente, pois, completados cinco anos da privatização, poderá haver cisões, fusões e incorporações entre as empresas, o que não poderia ocorrer antes por restrição legal. Assim, a competição poderá ser incrementada. Um dos indicadores de que a competição ainda não se estabeleceu nos níveis previstos é que a Anatel continua fixando o reajuste e a revisão das tarifas, enquanto que o artigo 104 da Lei Geral de Telecomunicações prevê que, “transcorridos ao menos três anos da celebração do contrato, a Agência poderá, se existir ampla e efetiva competição entre as prestadoras do serviço, submeter a concessionária ao regime de liberdade tarifária”.

2.2.2 A universalização

Entende-se por universalização, na lei e na literatura brasileiras de telecomunicações, o direito de acesso de toda pessoa ou instituição, independentemente de sua localização e condição sócio-econômica, ao serviço telefônico comutado destinado ao uso do público em geral, prestado no regime público.

A universalização entrou nas políticas públicas na área de telecomunicações por razões exógenas – como os avanços tecnológicos e as mudanças citadas no capítulo 3 - Referencial Teórico, onde foi posto em destaque a influência da OMC na difusão de políticas imperialistas para o terceiro mundo -, e endógenas - em face da necessidade de serviços básicos de telecomunicações para a sociedade. Este pilar do novo modelo de telecomunicações – a universalização - foi introduzido a partir da premissa de que ao governo cabe atender às necessidades básicas de comunicação dos cidadãos.

Obrigações de universalização são as que objetivam possibilitar o acesso de qualquer pessoa ou instituição de interesse público a serviço de telecomunicações, independentemente de sua localização e condição sócio-econômica, bem como as destinadas a permitir a utilização das telecomunicações em serviços essenciais de interesse público¹⁶.

Existia uma preocupação por parte dos elaboradores do novo modelo com a possibilidade de que as novas operadoras só se interessassem em explorar os serviços nas localidades que lhes permitissem maior lucro. Por isso, as metas de universalização foram estabelecidas, entre outras razões, com o intuito de eliminar ou minimizar este problema.

A universalização se caracteriza por um conjunto de metas periódicas que as empresas assumiram com a Anatel, para garantir a todos, acesso ao telefone e aos serviços básicos de telecomunicações em todas as localidades, inclusive, em áreas rurais ou de urbanização precária e de regiões remotas. As metas de universalização também visam ao atendimento de deficientes físicos, de instituições de caráter público ou social, bem como de áreas rurais ou de regiões remotas. O Plano Geral de Metas para Universalização do STFC – PGMU prevê a oferta de acessos individuais da classe residencial em todas as localidades com mais de trezentos habitantes, conforme cronograma estabelecido pela Anatel.

O PGMU da Telemar/PE previu a oferta de 1.299.100 acessos fixos instalados em dezembro de 2002 e essa operadora havia instalado 1.667.500 acessos.

As metas de universalização são um importante instrumento de inclusão social por meio da tecnologia das telecomunicações.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 DESREGULAMENTAÇÃO DAS TELECOMUNICAÇÕES

¹⁶ Texto constante do parágrafo 1º, do artigo 79, da LGT.

A abordagem do tema requer não apenas o aporte da teoria do marketing, que será privilegiada em razão da natureza e dos objetivos da pesquisa, mas do desenvolvimento tecnológico e das políticas públicas.

A evolução tecnológica verificada na área das telecomunicações, notadamente nas duas últimas décadas, provocou uma verdadeira revolução na vida das pessoas. Foi por meio dela, sobretudo, que a globalização foi viabilizada, com todas consequências decorrentes. A informação em tempo real, por meio de voz, texto, dados e/ou imagem, promoveu mudanças significativas nas relações entre pessoas e entre organizações e nações.

A importância do setor de telecomunicações historicamente tem sido considerada pelos governos, ora em razão do fluxo e do valor estratégico para o país das informações que trafegam pelos seus sistemas, ora em função do seu poder de induzir o desenvolvimento econômico.

Mas, ao mesmo tempo em que a tecnologia nesta área torna as organizações mais competitivas, permite também a competição entre as próprias operadoras de telecomunicações, uma vez que “o setor passou a ser estruturalmente competitivo”¹⁷, derrogando a idéia de monopólio natural.

Ao analisar os impactos das tecnologias da informação, Paulo Tigre¹⁸ faz referência a Bar (1990), quando ele sustentava que as telecomunicações e a informática apresentavam potencial para promover uma revolução na concepção estratégica da atividade econômica - o que de fato tem ocorrido. O próprio Paulo Tigre, ao examinar as oportunidades decorrentes do desenvolvimento tecnológico refere-se às possibilidades de competição entre as operadoras de telecomunicações.

É fundamental ressaltar que a possibilidade de competição entre as operadoras, oferecida pela tecnologia, aliada à política de “minimalização do Estado”, à crise financeira do país e às mudanças por que passavam o setor em muitos países, levou o governo brasileiro a firmar Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços com a Organização Mundial do Comércio - OMC, em 12 de abril de 1994, e, posteriormente, com o apoio da UIT – União Internacional de Telecomunicações, organismo especializado da ONU, reestruturar o setor de telecomunicações por meio da desregulamentação, privatização das empresas estatais e criação de um órgão regulador – através da Lei Geral de Telecomunicações¹⁹. Portanto, uma conjunção de fatores levou às transformações em curso no setor de telecomunicações no Brasil, com ênfase nos serviços de telefonia.

Segundo Almeida (2002), de certa forma, instituições como OMC determinam, quando não dominam, a agenda de negociações econômicas multilaterais. E continua: “... é o caso, por exemplo, dos processos de harmonização de políticas setoriais ou de liberalização de acesso a mercados em certas áreas como telecomunicações”. Prosseguindo no mesmo diagnóstico, Almeida (2002, p.38) afirma que mais e mais regulamentos que presidem à vida dos cidadãos estão sendo elaborados, não no âmbito estrito dos Estados nacionais soberanos, mas discutidos e implementados em nível regional ou no seio e através de organizações intergovernamentais e de agrupamentos de países, do tipo União Européia, NAFTA, Organização Mundial do Comércio etc. O mundo contemporâneo vive hoje, mais do que nunca, numa atmosfera de siglas.

¹⁷ ABRANCHES, Sérgio Henrique Hudson de. *Reforma regulatória: conceitos, experiências e recomendações*. Revista do Serviço Público. Edição Ano 50, número 2, abr-jun 1999.

¹⁸ Paulo Bastos Tigre é professor titular do Instituto de Economia Industrial da UFRJ e um dos autores, juntamente com Renata Lèbre La Rovere e Jorge Fagundes, de *Tecnologia da informação e desenvolvimento: novas evidências sobre sua difusão e impactos econômicos*. Rio de Janeiro. 1995.

¹⁹ Lei Nº 9.472 – Lei Geral de Telecomunicações, sancionada em 16 de julho de 1997.

Sob essa ótica, a importância da difusão de paradigmas internacionais de políticas públicas neoliberais foi analisada por Marcus Melo e Nilson Costa²⁰, os quais põem em destaque o fato de que o modelo neoliberal defende a constituição do chamado governo minimalista e a conseqüente implementação de políticas públicas orientadas por princípios de mercado, utilizando como instrumento a desregulamentação e privatização. O Estado mínimo corresponde à participação do governo em atividades como, defesa, segurança pública e manutenção da ordem pública, além de ações de estabilização econômica. Segundo eles, “a percepção, neste caso, é que as agências internacionais impõem um ‘receituário’ que atende aos interesses estratégicos de países e empresas multinacionais, com a participação decisiva de parceiros e sócios domésticos”.

Flávio Rezende²¹ (1996) no contexto de questionamentos sobre o papel do governo - em que países centrais prescreviam, como ainda o fazem, a passagem do modelo intervencionista para o modelo de governo minimalista -, demonstra com argumentos articulados, após estudar o nível de gastos de sete países, que, no tocante à alocação de recursos respectivamente nas funções mínima, econômica e social, para os países desenvolvidos em relação aos países em desenvolvimento, o que prevalece é o adágio “façam o que eu digo mas não façam o que eu faço”, ou seja, o autor demonstra que “os Leviatãs estão fora de lugar”.

Dois vetores principais aparecem como pano de fundo das mudanças em foco: o neoliberalismo e a necessidade de eficiência. O primeiro, defende a implementação de políticas públicas orientadas por princípios de mercado, utilizando como instrumento a desregulamentação e a privatização. O segundo, impõe a imperativa necessidade de os governos atenderem às demandas sociais por meio de uma presença mais forte.

Dentre os sete países pesquisados por Rezende, o Brasil se apresenta como o mais minimalista dos governos, o que significa que experimenta uma transformação em curso, caracterizada pela ampliação dos gastos com funções mínimas e redução de gastos nas funções econômicas. Vale ressaltar que à época das conclusões do autor, o governo brasileiro ainda não havia privatizado as estatais de telecomunicações.

Com efeito, o Brasil incorporou estes princípios de mercado, sobretudo a partir do início dos anos 90, com ênfase no governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso, cujo programa do primeiro mandato preconizava a flexibilização de alguns setores importantes como telecomunicações, siderurgia, energia, educação. A palavra flexibilização, até então de significado duvidoso quando se referia a políticas públicas, viria a ser, na verdade, a privatização de atividades executadas pelo governo, haja vista que os setores acima citados foram privatizados ou estão com o processo de privatização em curso. Rezende ressalta que a minimalização não é credencial para o crescimento econômico e social.

Quanto às mudanças do setor em muitos países, especialmente os desenvolvidos, Sérgio Abranches, (1999, p. 27), examinando a questão das reformas regulatórias, afirma:

Nos EUA, a desregulação das telecomunicações, a mais celebrada, resultou de um acordo em juízo, consubstanciado em uma sentença judicial, no quadro de um prolongado processo baseado na legislação antitruste.

²⁰ Autores de *A difusão das Reformas Neoliberais: análise estratégica, atores e agendas internacionais*. Artigo constante do portfólio da disciplina Políticas Públicas do Mestrado em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste. 2002.

²¹ O autor concluiu que, contrariamente à retórica liberal, o argumento do Estado mínimo, utilizado para influenciar reformas de políticas públicas nos países em desenvolvimento, pode estar encaminhando o processo de forma totalmente equivocada.

No Japão, a desregulamentação e privatização das telecomunicações surgiram como recomendação da Comissão de Reforma Administrativa. A NTT privatizada mantém, até hoje, vantagens monopolistas. Este ano, o governo japonês iniciou uma série de revisões na regulação das telecomunicações, que têm por objetivo reduzir, se não eliminar essas vantagens da NTT sobre seus competidores.

Na Inglaterra, foi resultado da política de ultraliberalização thatcherista. Na França e na Alemanha, a privatização e desregulação das telecomunicações estão sendo determinadas por decisões associadas às recomendações da Comissão da Comunidade Européia.

O contexto internacional relativo ao modelo de exploração das telecomunicações estimulou, portanto, a nova concepção de políticas públicas de telecomunicações no Brasil.

Conforme salientado, decorridos cinco anos da introdução do atual modelo institucional das telecomunicações no Brasil, erguido sobre os pilares da competição e da universalização, é oportuno avaliar o nível de satisfação do cliente com o serviço de telefonia fixa, a fim de comparar intenções com realizações, de forma a abrir possibilidades para ações que aproximem a segunda da primeira, bem como para utilizar o benefício da aprendizagem em favor das partes envolvidas.

Contudo, avaliar o nível de satisfação das pessoas em relação a algo não é uma tarefa fácil, ainda que se tenha como foco um objeto especificado.

Ao analisar a natureza humana Maslow²² concluiu que a insatisfação é um estado natural do ser humano. O ser humano fica satisfeito em situações momentâneas, retornando sempre ao seu estado natural, que é o de insatisfação. Todavia, a teoria do marketing utiliza como princípio a satisfação das necessidades, desejos e expectativas do cliente.

A satisfação do cliente é um imperativo de sobrevivência empresarial. Há quem entenda a satisfação como um sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo serviço em relação às expectativas da pessoa. Como podemos depreender, a satisfação do cliente passa, necessariamente, pela qualidade do serviço prestado que, por sua vez, “está relacionada a um conjunto de características que conferem aptidão para satisfazer necessidades explícitas e implícitas”²³.

O modelo de telecomunicações vigente no Brasil está alinhado com esta idéia de satisfação do cliente quando pretende, de forma ampla, criar condições para que o progresso tecnológico das comunicações possa contribuir para mudar, para melhor, a vida das pessoas, e quando estabelece metas e indicadores de qualidade e de quantidade a serem alcançadas pelas operadoras. O atendimento às metas será objeto de análise, porém a satisfação dos usuários dos serviços de telefonia fixa constitui a questão central deste projeto de pesquisa.

3.2 SATISFAÇÃO DO CLIENTE

A satisfação do cliente é um tema de natureza multidisciplinar, por ser abordado por diversas áreas do conhecimento, que vão da antropologia ao marketing, passando pela economia, psicologia e sociologia. O marketing recebe contribuições de todas essas áreas, possibilitando uma multiplicidade de enfoques e conceituações, sendo, portanto, o que mais se relaciona com os propósitos deste trabalho. Para Philip Kotler (1991), marketing é uma orientação da administração que pretende satisfazer o cliente no longo prazo.

A compreensão de satisfação do cliente passa inexoravelmente pela identificação da sua essência, e várias são as conceituações, que vão desde as mais simples até as mais elaboradas. Embora sejam várias, elas convergem, basicamente, para dois aspectos centrais, ou seja, ênfase no resultado e ênfase no processo. Dessa forma, surge a idéia predominante de

²² Citação feita por Vicente Falconi Campos na página 151 do seu livro Controle da Qualidade Total (no Estilo Japonês).1992.

²³ Este é basicamente o conceito de qualidade de serviços da norma ISO 9000.

avaliação do cliente entre o produto ou serviço que lhe é oferecido e o que é esperado, e também a idéia de satisfação acumulada.

Dentre os conceitos de satisfação de cliente, um dos mais simples é o que a define como o resultado de uma experiência de consumo.(Prado, 2002, p.2)

A satisfação é muitas vezes conceituada como um contínuo unidimensional opondo dois pólos extremos: o “muito satisfeito” e o “muito insatisfeito”. (Lima e Nique, 2002, p.2, baseados em Evrard,1993)

De acordo com Kotler (1991), satisfação é o nível de sentimento de uma pessoa, resultante da comparação do desempenho (ou resultado) de um produto em relação a suas expectativas.

Para Engel (1995), a satisfação é uma avaliação pós-consumo em que a alternativa escolhida, no mínimo, alcance ou mesmo exceda as expectativas. Segundo Möwen (1995) a satisfação do consumidor é a atitude geral sobre um produto ou serviço posterior a sua aquisição e uso. É o julgamento de avaliação pós-compra resultante de uma compra específica. Na visão de Oliver (1996) a satisfação é uma reação completa do consumidor ao ato de consumir. O julgamento dos atributos do produto ou serviço proporciona, ou estão proporcionando um nível de experiência completa de consumo, que pode ser agradável ou não. (Lima e Nique, 2002, p.2)

Johnson, Anderson e Fornell (1995) ressaltam que a satisfação é considerada cumulativa quando trata-se de uma experiência total de consumo com um determinado produto ou serviço. Rossi & Slongo (1997) argumentam que a satisfação do cliente possui dois conceitos essenciais: satisfação específica em uma transação e a satisfação acumulada. Vários pesquisadores de marketing e do consumidor compartilham a idéia de que a satisfação específica em uma transação pode ser medida através da avaliação de uma experiência única de consumo com um produto ou serviço. (Lima e Nique, 2002, p.3)

Alguns autores consideram a satisfação e a insatisfação como duas estruturas distintas. De acordo com Rossi et all (2003), Swan & Combs (1976) demonstraram que alguns atributos do produto só contribuem para evitar a insatisfação (chamados de mantenedores), enquanto outros determinam a satisfação (chamados de satisfadores).

Satisfação do cliente é a variável latente que expressa o grau de satisfação geral e as percepções de desempenho que superam ou ficam aquém do esperado pelo cliente. A satisfação é mensurada pelo desempenho geral e também pelo desempenho percebido em atributos específicos, de forma a verificar aquilo que excede ou fica aquém da percepção comum.

A literatura sobre satisfação também evidencia a importância da insatisfação, que é geralmente abordada como um fenômeno individual desencadeado pela desconfirmação das expectativas do comprador, isto é, pela diferença existente entre essas expectativas e o resultado da compra. Segundo Oliver (1980), as expectativas criam um quadro de referência a partir do qual é efetuado um julgamento comparativo. Assim, resultados menores do que os esperados (desconfirmação negativa) são julgados como inferiores a esse ponto de referência, enquanto que resultados melhores do que os esperados (desconfirmação positiva) são avaliados como superiores a ele. No primeiro caso, ocorre a insatisfação, que poderá dar origem a uma série de comportamentos de maior ou menor impacto sobre o fornecedor. (Giglio e Chauvel, 2002, p.2).

Mas a insatisfação é também um momento de crise, de conflito, na relação entre fornecedor e comprador e essa relação se insere dentro de determinado contexto sócio-cultural. Como observam Rossi e Hor-Meyll (2001), o consumidor não é apenas um agente cognitivo, também é um ser comunicativo e simbólico, produzindo símbolos e significados

que acabam incorporados ao sistema simbólico ao qual a atividade humana pertence. O consumo é “um ato de natureza eminentemente social, onde significados simbólicos, códigos sociais, ideologias e relacionamentos são produzidos e reproduzidos” (Giglio e Chauvel, 2002, p.2, citando Rossi e Hor-Meyll, 2001, baseados em Firat e Venkatesh, 1995).

De acordo com Kotler (1994), as ações do consumidor insatisfeito podem ser divididas em públicas e privadas. As primeiras são traduzidas por reclamações à empresa envolvida e aos órgãos reguladores e fiscalizadores públicos ou privados, ações legais para ressarcimento etc, e as segundas, referem-se normalmente a boicote individual ao fabricante ou revendedor, e a divulgação boca-a-boca da experiência negativa vivenciada. Estudos indicam que 90% dos clientes insatisfeitos com uma empresa nunca mais a procurarão e ainda comentarão sobre sua experiência negativa com 10 a 12 conhecidos²⁴.

O estudo da satisfação, na opinião de Oliver (1996), é visto sob quatro perspectivas. A primeira perspectiva considera a satisfação como sendo uma busca individual, um objetivo a ser atingido através do consumo de produtos e serviços. A segunda perspectiva apresenta o ponto de vista da empresa. Em uma sociedade capitalista, grande parte das empresas busca o lucro e quase sempre sua rentabilidade é resultante da venda repetida de seus produtos ou serviços ao longo do tempo. Por conseguinte, se os clientes de uma dada empresa não ficarem satisfeitos e interromperem o consumo de seus produtos e/ou serviços, ou substituírem o fornecedor, possivelmente o seu lucro será afetado, mais cedo ou mais tarde. A terceira mostra o mercado como um todo, onde cada vez mais a satisfação - e também a insatisfação - dos consumidores vêm sendo examinadas no sentido de exercer influência na regulamentação das políticas regentes no mercado, tanto no setor público quanto no setor privado. Por último, a perspectiva da sociedade é a mais ampla e trata da satisfação do indivíduo não só como um agente de consumo de produtos e serviços, mas como um cidadão em relação à sua saúde física, mental e financeira. Este mesmo autor considera que a mensuração da satisfação do consumidor através da análise do desempenho do produto ou serviço tem suas vantagens e desvantagens. Para uma organização que não realiza nenhum tipo de pesquisa nessa área, a análise de desempenho servirá, no mínimo, para beneficiá-la com descobertas a respeito do nível e das prováveis causas da satisfação (ou insatisfação) de seus clientes. Os atributos identificados durante essa análise possivelmente serão aqueles que devem receber maiores atenções. Por outro lado, a principal desvantagem reside no fato de a análise de desempenho não explicar o porquê de determinado atributo ser um problema ou um benefício para o consumidor. (Lima e Nique, 2002, p.3)

Segundo Nicolao (2002, p.1), dentre as avaliações realizadas após o consumo, a satisfação tem recebido um lugar de destaque na literatura internacional (Oliver, 1980, 1988, 1993, 1996, 1997; Fornell, 1992, Szymanski e Henard, 2001, entre outros) e, sobretudo na década de 90, na literatura brasileira de marketing (Rossi e Slongo, 1998; Urdan e Rodrigues, 1998; Farias e Santos, 1998; Zuñiga e Urdan, 2000, entre outros).

Da literatura pesquisada, a conceituação da satisfação do cliente, formulada por Oliver (1996), destacada acima, serviu como base principal para este trabalho, dada a relevância e abrangência dos construtos utilizados pelo autor.

3.3 IMPORTÂNCIA DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Historicamente, a satisfação do cliente sempre foi uma questão central para as organizações, principalmente empresariais de porte. Porém, com o fenômeno da globalização e o aumento da competição, bem como da modernização da legislação e da conscientização dos consumidores, ela passou a ser perseguida pelas organizações empresariais, governamentais, não-governamentais, enfim, pelas organizações em geral, como forma de garantir a sobrevivência e o sucesso.

²⁴ Satisfação do Cliente – Uma Filosofia Empresarial (publicado no GLOBO dia 23-4-96)

Segundo Rossi & Slongo (1997), as informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem uma das maiores prioridades de gestão nas empresas comprometidas com qualidade de seus produtos e serviços e, por conseguinte, com os resultados alcançados junto a seus clientes. A satisfação dos consumidores também é importante por ser considerada um agente-chave na mudança de atitude baseada na experiência (Farias *et al.*, 1997). Desta forma, é relevante o interesse pela satisfação dos consumidores por parte de pesquisadores, para melhor entender o comportamento do consumidor após a compra.

Vários estudos comprovam empiricamente que elevados escores de satisfação dos clientes são acompanhados por uma rentabilidade acima da média das empresas (Rossi e Slongo, 1998). Por isso, o item satisfação dos clientes tem peso destacado nos critérios de julgamento de empresas candidatas a prêmios de qualidade, tais como o Prêmio Nacional da Qualidade, no Brasil, e o Prêmio Malcolm Baldrige, nos EUA. Ademais, estudos agregados relacionados à aplicação de modelos de satisfação para a obtenção de índices nacionais e setoriais de satisfação dos consumidores, como o American Customer Satisfaction Index (ACSI), possibilitam avaliar e comparar a competitividade de setores e empresas, perspectivas de evolução da rentabilidade e de retenção de clientes, bem como mudanças no seu nível de exigência. (ROSSI et al., 2003).

Para Rossi (1995, p.139), a satisfação dos clientes constitui-se nos pontos de partida e de chegada da gestão da qualidade, o que corrobora as necessidades de conhecimento das empresas sobre os índices de satisfação manifestados por sua clientela.

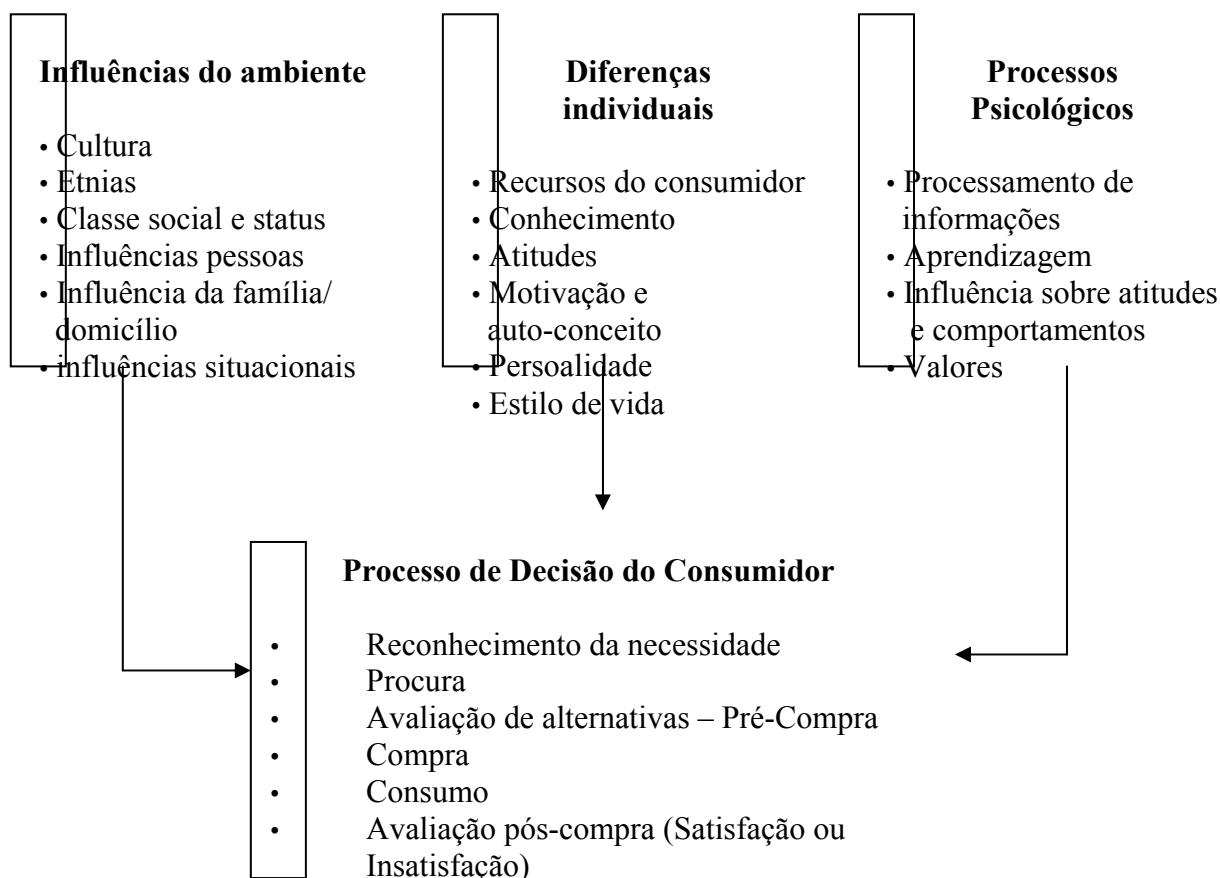
Pelo exposto, fica evidenciada a satisfação do cliente como de fundamental importância para o estudo do comportamento do consumidor.

3.4 SATISFAÇÃO COMO PROCESSO DE DECISÃO DO CONSUMIDOR

A satisfação tem sido considerada uma questão central na análise do comportamento do consumidor, ora com ênfase para o resultado, ora para o processo.

A abordagem centrada na orientação para o processo (*process-oriented*), comparada à abordagem orientada para o resultado (*outcome-oriented*), traz uma visão ampliada da satisfação do cliente, na medida em que a concebe na perspectiva da experiência de consumo como um todo. Alguns autores têm utilizado esta abordagem nas suas pesquisas (Prado, 2002, p. 2).

Um exemplo desta concepção é o Modelo Geral de Tomada de Decisão do Consumidor apresentado na figura abaixo.

FIGURA Nº 1 – MODELO GERAL DE TOMADA DE DECISÃO DO CONSUMIDOR

Fonte: Rossi (2003, p.9), baseado em Engel, Blackwell & Miniard (1995)

Em sendo uma resultante do processo de compra, a satisfação do cliente reflete, portanto, o efeito final de todo o trabalho feito pelo fornecedor, representando, em síntese, a avaliação do cliente sobre a oferta deste fornecedor (ROSSI et al, 2003).

Alguns estudos têm apresentado correlações positivas entre satisfação do cliente e lealdade, confiança, encantamento e lucratividade. Outros, porém, questionam esses resultados, contestando suas conclusões. Essa discussão, no entanto, foge ao escopo deste trabalho, motivo pelo qual nos abstraímos de estabelecê-la.

Da literatura pesquisada, a conceituação da satisfação do cliente, formulada por Oliver (1996), serviu como base principal de inspiração para este trabalho, dada a relevância e abrangência dos construtos utilizados pelo autor.

4 METODOLOGIA

4.1 NATUREZA DA PESQUISA

Para atingir os objetivos propostos no trabalho, utilizou-se um método fundamentado na concepção descritiva, com abordagem quantitativa, baseada em dados secundários externos (Malhotra, 2001), entendido como tais os que foram coletados para objetivos que não os do problema em pauta. Realizou-se levantamento de dados sobre a performance de concessionárias de telefonia fixa comutada e de satisfação de usuários desse serviço tendo como fonte principal o Ministério das Comunicações e, especialmente, a Anatel. Os dados

secundários obtidos foram acessados e baixados pela Internet²⁵, por atenderem a critérios de atualidade e confiabilidade. Seu principal objetivo foi avaliar o grau de satisfação de usuários de telefonia fixa comutada, no Estado de Pernambuco, em relação à qualidade da prestação dos serviços, à oferta e às tarifas praticadas.

A acolhida à concepção de Malhotra deveu-se ao seu caráter de abrangência, praticidade e aplicabilidade ao tipo de pesquisa em foco, bem como por tratar de forma especial a análise de dados secundários e de fontes institucionais, além de refletir as tendências mais atuais em pesquisa com uso da Internet.

Para Malhotra (2001), a função descritiva é realizada por várias razões, dentre as quais destacam-se: 1) Descrever as características de grupos relevantes, como consumidores, vendedores, organizações ou áreas de mercado; 2) Estimar a porcentagem de unidades numa população específica que exibe um determinado comportamento; 3) Determinar o grau em que as variáveis de marketing estão associadas. Malhotra (2001), esclarece seu pensamento ao classificar como descritivos estudos que determinam as percepções dos consumidores com relação à empresa e seus produtos/serviços. A concepção básica desta pesquisa incorpora os dados secundários como um dos métodos principais.

A pesquisa de satisfação envolveu as concessionárias Embratel e Intelig na condição de prestadoras dos serviços de longa distância nacional (LDN) e longa distância internacional (LDI), e a Telemar/PE (Telpe), na condição de prestadora dos serviços de telefonia Local, LDN e LDI. A operadora Vésper, que explora a telefonia fixa local, foi excluída da pesquisa patrocinada pela Anatel, ficando, por essa razão, também excluída neste trabalho.

Esta pesquisa, que pretendia apoiar-se em entrevistas em profundidade, evoluiu para utilizar-se de dados secundários em razão da divulgação, em fevereiro de 2003, da primeira pesquisa de satisfação de usuários de telefonia patrocinada pela Anatel, após cerca de cinco anos de sua criação. Para Malhotra (2001), dados secundários são de fácil acesso, relativamente pouco dispendiosos e de obtenção rápida.

Foram pesquisados os seguintes fatores de satisfação dos usuários do serviço de telefonia fixa comutada: Atendimento; Conta, cobrança e condições de pagamento; Qualidade das ligações; Tarifas e preços; Informações prestadas; Serviços; e Serviços de manutenção.

Para a análise dos dados fez-se uso do método de análise tabular e gráfica.

4.2 A PESQUISA DA ANATEL

A pesquisa de satisfação de consumidores de serviços telefônicos no Brasil – fonte primária - que serviu de base para este trabalho foi desenvolvida para a Anatel pela Fundação Instituto de Administração – FIA/USP e Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – FAURGS nos meses de julho e agosto de 2002 e divulgada em fevereiro deste ano.

No universo da população-alvo foram considerados como consumidores residenciais os domicílios que tinham um ou mais terminais telefônicos fixos comutados, inscritos nas prestadoras de serviço como sendo de uso residencial. A unidade amostral foi definida como sendo o número de terminal telefônico fixo comutado existente no período-base da pesquisa em cada prestadora desse serviço, e não um domicílio. Este procedimento permite a generalização dos resultados para a população pesquisada. Por este critério, todos os terminais telefônicos tiveram a chance de ser selecionados, independentemente do consumo de pulsos, tempo de instalação, etc.

²⁵ www.mc.gov.br; www.anatel.gov.br.

Foram considerados consumidores residenciais de STFC a pessoa residente no domicílio, com idade mínima de 16 anos e a idade máxima ficou condicionada à possibilidade de a pessoa entrevistada ter condições de responder ao questionário da pesquisa.

O intervalo de confiança para os resultados da pesquisa foi fixado em 95% de probabilidade, admitida a margem de erro máxima de 5%. Assim, foram feitas 13.665 entrevistas de consumidores de STFC no país, sendo 392 no Estado de Pernambuco por meio de amostragem de natureza aleatória.

Foi utilizado o Índice Médio de Satisfação, calculado pelo somatório dos índices de satisfação total de cada uma das prestadoras ponderado pelo número de terminais da prestadora relativo ao total do sistema. O índice de satisfação, por sua vez, é a transformação da média de satisfação que varia de 1 a 6, como resultado da escala aplicada para uma base percentual (variando de 0% a 100%). Utilizou-se a escala intervalar de cinco pontos, variando de “muito insatisfeito” até “muito satisfeito”.

O nível de satisfação dos usuários está apresentado neste trabalho na forma de porcentagem. Assim, é fundamental esclarecer que pesquisas empíricas e Programas de Qualidade apontam 85% como o percentual a partir do qual uma empresa entra na zona de excelência em satisfação dos seus clientes²⁶.

No desenvolvimento da pesquisa da Anatel foram empregados procedimentos metodológicos validados pela literatura científica sendo, portanto, indicada como fonte secundária para a realização deste trabalho de pesquisa.

4.3 COLETA DE DADOS

Inicialmente foi realizada uma revisão da literatura, buscando-se alguns dos principais autores nacionais e estrangeiros estudiosos do tema “satisfação do cliente”. Em paralelo, foi revisada a literatura sobre as telecomunicações, notadamente sobre telefonia fixa, e, em seguida, o exame de pesquisas empíricas que antecederam este trabalho, especialmente, a realizada pelo consórcio Fundação Instituto de Administração – FIA/USP e Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – FAURGS. Essa pesquisa, realizada para atender a Anatel, foi utilizada como base para todo o desenvolvimento deste trabalho.

Foi feita uma desagregação dos dados referentes às operadoras que, no ano de 2002, prestavam serviços de telefonia fixa local, de longa distância nacional e de longa distância internacional, no Estado de Pernambuco.

Também foram utilizados dados referentes ao PGMQ que as prestadoras são obrigadas a observar e informar mensalmente à Anatel. Esses dados também estão disponibilizados no *site* da Anatel.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados serão apresentados, em quase sua totalidade, na forma de porcentagens. Assim, é importante ressaltar que, para este estudo, e, seguindo padrões internacionalmente aceitos²⁷, a prestação de serviços de telefonia fixa entra na faixa de excelência a partir de 85% de satisfação dos clientes.

²⁶ Relatório Final de Resultados do Semente Usuários de Telefones Residenciais STFC, p.193.

²⁷ Alguns padrões internacionais de referência: Prêmio de Qualidade Malcolm Baldrige dos Estados Unidos; ACSI (American Customer Satisfaction Index, formulado pela University of Michigan); o Prêmio Deming, do Japão; e PNQ – Prêmio Nacional da Qualidade, brasileiro.

Inicialmente, apresentamos a evolução da oferta de telefonia fixa à luz do PGMU. Na sequência, enfocamos a questão da qualidade dos serviços à luz do PGMQ e, finalmente, apresentamos os resultados sobre os níveis de satisfação do cliente residencial de telefonia fixa no Estado de Pernambuco.

Quando as operadoras adquiriram a concessão ou autorização para explorar os serviços de telefonia, assumiram o compromisso de cumprir metas quantitativas e qualitativas estabelecidas pela Anatel por meio, respectivamente, do PGMU e PGMQ. Daí a importância de abordarmos estes aspectos, pela influência que exercem no nível de satisfação dos clientes.

5.1 OFERTA DE TELEFONES À LUZ DO PGMU

O Decreto nº 2.592, de maio de 1998, definiu obrigações das empresas concessionárias do serviço telefônico fixo comutado – STFC, no tocante às exigências para universalização dos serviços. O Plano Geral de Metas para Universalização - PGMU representa um caminho para a universalização dos serviços de telecomunicações.

O novo modelo de telecomunicações brasileiro tem como um dos objetivos principais prover à sociedade o direito básico à comunicação. Para tanto, estabeleceu metas a serem alcançadas pelas concessionárias para instalação e oferta de acessos telefônicos. Essas metas, chamadas de metas de universalização, com os custos suportados pelas próprias concessionárias, combinam os fatores tempo, áreas geográficas, população e quantidades de linhas a ser ofertadas.

O receio do governo na concepção do novo modelo era com a possibilidade de as operadoras se limitarem a atender as localidades que lhes dessem maior volume de lucro, deixando de atender às localidades de baixa renda, que poderiam comprometer o retorno financeiro. Este era um dos argumentos daqueles que eram contrários à privatização das telecomunicações no Brasil.

As metas constantes do PGMU obrigariam as operadoras a oferecer a todas as pessoas os serviços básicos de telefonia a preços razoáveis. Vale ressaltar que a inclusão social das pessoas na rede mundial de telecomunicações formada a partir da interconexão entre as redes locais, regionais, nacionais e internacionais tem um preço, pois o acesso aos serviços telefônicos não é gratuito, é pago. A variável renda tem, portanto, um papel fundamental nesse processo de democratização e universalização dos serviços de telecomunicações, que tem por trás, entre outros, interesses econômicos de grandes grupos empresariais nacionais e internacionais. Aliás, para Tito Cerasoli, Conselheiro da Anatel, “o problema da oferta de telefones fixos foi resolvido no Brasil. O que tem de ser feito a partir de agora é aumentar a demanda aumentando o nível de renda da população”. Segundo ele, “a evolução dos serviços de telefonia no Brasil esbarrou na baixa renda da população²⁸”. Assim, em certa medida, a necessidade de prover aos cidadãos o direito à comunicação poderá levar as operadoras a fazerem pressão por uma melhor distribuição de renda no país.

Mais do que o cumprimento, a superação das metas de universalização está mudando verdadeiramente o setor de telecomunicações no Brasil. Por meio delas as concessionárias estão progressivamente oferecendo o STFC em todas as localidades com mais de trezentos habitantes.

No ano de 2000, foi criado um fundo específico, chamado Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações – FUST, por meio da Lei nº 9.998, de 17.08.2000, tendo por finalidade proporcionar recursos alternativos para a universalização das

²⁸ Texto extraído do *site* (comparatel.com.br) dia 2/05/2003 às 19:16

telecomunicações. Em dezembro de 2002 o FUST já contava com recursos acumulados (e contingenciados) na ordem de 2,2 bilhões de reais²⁹.

De acordo com o Ministério das Comunicações, a oferta de linhas telefônicas cresceu para todos, mas cresceu com ênfase para a população mais pobre. As famílias de classe “D”, que em 1997 apenas 7% possuíam telefone, evoluíram para 53% em 2001.

O ex-ministro das comunicações, Juarez Quadros, ao transmitir o cargo para o atual ministro, Miro Teixeira, informou no seu discurso que no mês de novembro de 2002 a densidade telefônica³⁰ no Brasil era de 28,8%, assim distribuída: 17,7% no Nordeste, 18,3% no Norte, 29,5% no Centro Oeste, 30,8% no Sul e 37,4% no Sudeste. Ainda segundo ele, em 1994, a densidade no STFC variava de 2,4% a 25,2%, representando uma relação de 10,5 vezes. Em 2002, estes valores estariam variando de 11,5% no Maranhão a 49,8% no Distrito Federal, com uma relação de 4,3 vezes.

No contexto de crescimento da oferta de telefones fixos, o Estado de Pernambuco apresenta nos últimos anos a evolução constante na tabela 2 apresentada na próxima sequência.

A Tabela 2 mostra que a meta de universalização da Telemar/PE para o ano de 2000 foi superada já no mês de agosto. O aumento da oferta nesse ano foi de 181.894 novas linhas, o que representa um crescimento acima de 28% ao ano, passando de 650.377 acessos fixos instalados em janeiro para 831.171 em dezembro.

Como pode ser observado, o ano de 2001 também foi marcado por um ritmo forte de crescimento na oferta de telefones fixos até o mês de outubro, quando alcançou o pico. Até então a oferta cresceu 56%; em fevereiro a meta de universalização estabelecida pela Anatel para o ano já havia sido ultrapassada. A maior quantidade de acessos fixos instalados no Estado de Pernambuco pela Telp (Telemar/PE) ocorreu naquele mês (outubro de 2001), representada pela oferta de 1.301.048. A partir daí até o presente observa-se uma ligeira redução. Uma explicação para o aumento expressivo da oferta de telefones, principalmente no ano de 2001, é que a antecipação das metas de universalização previstas para 2002 daria às prestadoras a condição de pleitear junto à Anatel o direito de expandir sua área geográfica de exploração.

Diferentemente do ano anterior, 2002 foi marcado por uma redução do número de acessos fixos instalados. A quantidade de linhas telefônicas instaladas em janeiro era de 1.295.056 e em dezembro havia diminuído para 1.245.680. Atualmente, o número de telefones fixos instalados continua nessa mesma ordem de grandeza, mantendo-se a oferta no patamar de 1.245.428, evidenciando, a partir de novembro de 2001, um primeiro momento de retração e em seguida um possível equilíbrio na oferta, sem entrar aqui no mérito quanto a sua distribuição no interior do Estado, nem na questão da concorrência, mas observando apenas a variação como um todo. Estima-se que hoje as operadoras, juntas, dispõem de aproximadamente 3,5 milhões de telefones fixos disponíveis no Brasil, a espera de interessados. Um aspecto que em parte pode explicar este problema é a falta de acesso e a inadimplência, decorrentes, por um lado, da má distribuição de renda nacional e, por outro, da política tarifária vigente. Estas circunstâncias colocam a prestação dos serviços fora do alcance de parcela significativa da população.

²⁹ Texto publicado em O Globo e O Estado de São Paulo de 8 de julho de 2002.

³⁰ Quantidade de telefones instalados para cada 100 (cem) habitantes.

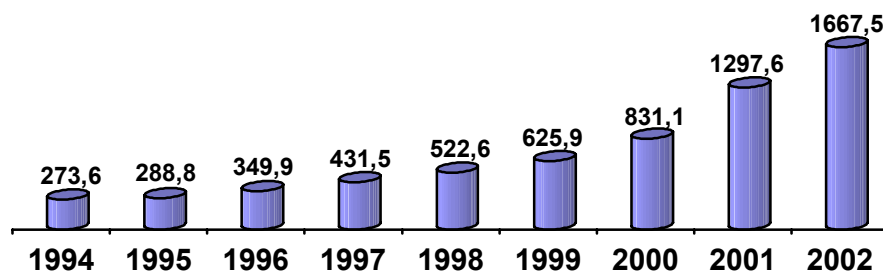
**TABELA 2 – INDICADORES DO PLANO GERAL DE METAS DE
UNIVERSALIZAÇÃO DA TELEMAR/PE– 2000 a 2002**

Indicador	Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU) - 2000					
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN
Quantidade de acessos fixos instalados (meta de 745.000 acessos até 31 de dez 2000)	650.377	673.231	680.931	694.113	712.609	724.857
	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
	740.922	761.630	774.713	801.873	813.193	831.171
Indicador	Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU) - 2001					
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN
Quantidade de acessos fixos instalados (meta de 874.000 acessos até 31 de dez 2001)	853.293	887.588	918.566	965.019	1.024.671	1.093.464
	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
	1.158.280	1.217.311	1.279.308	1.301.048	1.295.901	1.297.609
Indicador	Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU) - 2002					
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN
Quantidade de acessos fixos instalados (meta de 874.000 acessos até 31 de dez 2002)	1.295.056	1.294.227	1.292.234	1.290.863	1.257.943	1.258.600
	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
	1.256.189	1.257.739	1.248.136	1.245.450	1.246.945	1.245.680

Fonte: Anatel

O Gráfico 1 mostra um crescimento relativamente pequeno e constante da oferta de telefone fixo entre 1994 e 1998, ano da privatização das empresas estatais. A partir daí, o novo modelo garantiu uma oferta em níveis jamais registrados, que hoje superam, na razão de três vezes, toda a oferta de telefonia da época das empresas estatais. Ou seja, no decurso dos últimos cinco anos a oferta de telefones fixos triplicou em relação ao patamar alcançado entre a introdução da telefonia no Estado de Pernambuco e o ano de 1998. Neste aspecto, a privatização da telefonia resultou no atendimento da demanda.

**GRÁFICO 1 – EVOLUÇÃO DO SERVIÇO
TELEFÔNICO FIXO COMUTADO EM
PERNAMBUCO (mil)**

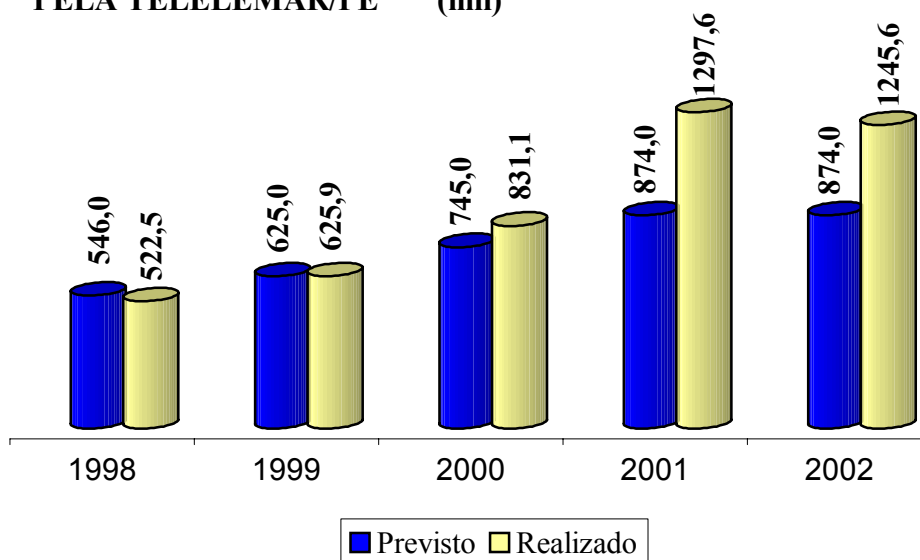


Fonte: Anatel

O Gráfico 2 refere-se especificamente a evolução da oferta de acessos fixos instalados pela Telemar em Pernambuco. Observa-se um crescimento significativo a partir de 2000, resultando numa oferta do serviço telefônico acima da meta fixada pela Anatel. A explicação para este fato é que as operadoras interessadas em novas concessões de serviços, como a Telemar, teriam que antecipar, até dezembro de 2001, as metas estabelecidas para 2002. A empresa conseguiu antecipar as metas e, em consequência, adquiriu a concessão para explorar os serviços de longa distância nacional e internacional a partir de 2002, uma vez que sua concessão era apenas regional.

A oferta de linhas telefônicas está praticamente de acordo com a previsão da Anatel, mas a demanda reprimida continua e decorre, atualmente, sobretudo, do baixo poder aquisitivo da população³¹ e dos percentuais de reajuste tarifários. O paradoxo é que, por esses motivos, observa-se atualmente a devolução de linhas telefônicas.

GRÁFICO 2 – EVOLUÇÃO DE ACESSOS FIXOS INSTALADOS PELA TELELEMAR/PE (mil)



Fonte: Anatel (Segundo a Agência, a meta prevista é a mesma para os anos de 2001 e 2002)

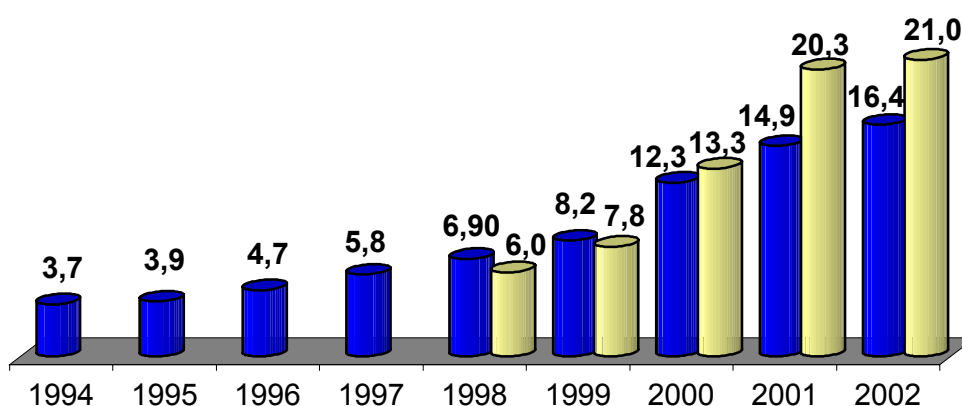
A meta do STFC prevista para Pernambuco no ano de 2005 foi alcançada e superada já em 2002 (Vide Anexo 1). Aliás, Pernambuco foi o único Estado do Nordeste em que isto ocorreu. Este novo quadro, diferente do existente no modelo baseado no monopólio estatal, em que um assinante esperava cerca de dois anos em média para ter um telefone instalado, levou à situação bastante favorável - em termos de oferta -, pois hoje há disponibilidade de telefone, principalmente nos maiores municípios. O que falta, segundo analistas do setor, é renda dos potenciais usuários para adquirir os telefones disponíveis nas operadoras. É importante registrar, no entanto, que a oferta de telefones acima da meta, em Pernambuco, não propiciou os benefícios esperados decorrentes da competição, como redução de tarifas e preços, por exemplo. A competição não se estabeleceu efetivamente, entre as operadoras de

³¹ Avaliação da Anatel sobre os motivos da devolução de linhas telefônicas e da falta de crescimento da demanda do STFC.

telefonia local, pois a Vésper, “empresa-espelho”³² da Telemar/PE, limitou-se basicamente a prestar os serviços de telefonia fixa comutada apenas na Região Metropolitana do Recife e nas cidades de Caruaru e Petrolina.

Com 21 telefones para cada 100 habitantes, o Estado de Pernambuco apresentou em dezembro de 2002 a maior densidade telefônica entre os Estados do Nordeste, superando inclusive a meta de 20,2 prevista para o ano de 2005 (Vide Anexo 2). Contudo, a densidade telefônica do Estado (21%), bem como a do Nordeste (17,6%), está aquém da densidade telefônica do país (28,7%), o que mostra potencial de crescimento, condicionado ao preço, ao aumento da competição e ao nível de renda da população. Esta situação revela uma fragilidade do Estado, que perde competitividade e compromete o crescimento, considerando tratar-se a telefonia de uma infra-estrutura indutora de desenvolvimento. Em países desenvolvidos a densidade telefônica geralmente está acima dos 70%. Assim, a densidade telefônica pode representar um indicador do grau de desenvolvimento da sociedade.

**GRÁFICO 3 – EVOLUÇÃO DA DENSIDADE DE ACESSOS
FIXOS
INSTALADOS EM PERNAMBUCO**



Fonte: Anatel

5.2 QUALIDADE DO SERVIÇO DE TELEFONIA FIXA DA TELEMAR/PE À LUZ DO PGMQ (%)

O Plano Geral de Metas de Qualidade - PGMQ estabelece as metas de qualidade a serem cumpridas pelas prestadoras de serviço de telefonia fixa. Segundo o PGMQ, firmado entre a Anatel e a Telemar/PE, constitui pressuposto da concessão a adequada qualidade do serviço prestado pela concessionária, considerando-se como tal o serviço que satisfizer às condições

³² Denominação dada às empresas autorizadas a competir com as empresas concessionárias, na prestação dos mesmos serviços e na mesma área geográfica.

de regularidade, eficiência, segurança, atualidade, generalidade, cortesia e modicidade das tarifas. A seguir, transcrevemos a conceituação do setor de telecomunicações para cada uma destas condições:

- A **regularidade** é caracterizada pela prestação continuada do serviço com estrita observância do disposto nas normas baixadas pela Anatel.
- A **eficiência** é caracterizada pela consecução e preservação dos parâmetros constantes do Contrato de Concessão e pelo atendimento do usuário do serviço nos prazos previstos no Contrato.
- A **segurança** na prestação do serviço é caracterizada pela confidencialidade dos dados referentes à utilização do serviço pelos usuários, bem como pela plena preservação do sigilo das informações transmitidas no âmbito de sua prestação, observado o disposto no Contrato de Concessão.
- A **atualidade** é caracterizada pela modernidade dos equipamentos, das instalações e das técnicas de prestação do serviço, com a absorção dos avanços tecnológicos advindos ao longo do prazo da concessão que, definitivamente, tragam benefícios para os usuários, respeitadas as disposições do Contrato.
- A **generalidade** é caracterizada com a prestação não discriminatória do serviço a todo e qualquer usuário, obrigando-se a Concessionária a prestar o serviço a quem o solicite, no local indicado pelo solicitante, nos termos do Contrato e de acordo com a regulamentação.
- A **cortesia** é caracterizada pelo atendimento respeitoso e imediato de todos os usuários do serviço concedido, bem como pela observância das obrigações de informar e atender pronta e polidamente todos que, usuários ou não, solicitem da Concessionária informações, providências ou qualquer tipo de postulação nos termos do disposto no Contrato.
- O princípio da **modicidade das tarifas** é caracterizado pelo esforço da Concessionária em praticar tarifas inferiores às fixadas pela Anatel.

Os resultados apresentados nos Anexos 3, 4 e 5, referentes aos indicadores e metas do PGMQ, correspondentes aos anos 2000, 2001 e 2002, também confirmam a hipótese de que a qualidade dos serviços ainda não alcançou níveis exigidos pelo mercado. Verifica-se, inclusive, a aplicação pela Anatel, de multa à Telpe (Telemar/PE), porque a operadora não cumpriu, de julho a setembro de 2000, a “Taxa de número de solicitações de reparos por 100 acessos” do STFC, e à Embratel, pelo descumprimento de meta relativa a “Número de contas com reclamação de erro em cada mil contas emitidas”.

Nas Tabelas que constituem os Anexos de 3 a 5 é apresentada a evolução dos resultados da Telemar/PE relativa às metas de qualidade acordadas com a Agência Reguladora. A série histórica observada mostra uma discreta melhoria dos indicadores ano a ano, porém, é importante ressaltar que algumas metas foram alteradas, tornando-se mais desafiadoras para a concessionária. Comparando-se o ano de 2002, em relação a 2001, observam-se resultados piores nas “Metas de qualidade do serviço”, nas “Solicitações de reparo” e na “Emissão de contas” enquanto melhoraram em outros indicadores.

Como pode ser visto no Anexo 3, relativo ao ano 2000, o usuário obteve mais facilidade para conseguir o sinal de discar e para completar as ligações, quer locais, quer de longa distância, tanto no horário matutino quanto nos horários vespertino e noturno. Contudo, o atendimento às solicitações de reparo foi um destaque negativo. A Telemar/PE também não conseguiu alcançar as metas de “Atendimento às solicitações de mudança de endereço”. Os números mostram que o atendimento ao usuário por telefone pode ser considerado de boa qualidade, a despeito de críticas e ações judiciais, no passado, em razão desse atendimento acontecer por meio de *call center* localizado em outro estado da federação. No que concerne ao atendimento à correspondência do usuário, a Telemar não cumpriu com regularidade as metas fixadas, o que representa uma atitude de pouco caso para com o cliente, deixando de satisfazer a condição contratual de cortesia, caracterizada pelo atendimento imediato a todos que, usuários ou não, apresentem solicitação à operadora.

Os resultados apresentados no Anexo 4, referentes ao ano de 2001, indicam de um modo geral uma melhoria em relação ao ano anterior. No entanto, no primeiro semestre, a qualidade das ligações locais nos períodos matutino e vespertino não atendeu aos padrões estabelecidos pela Agência Reguladora. Destaque negativo para o número de solicitação de reparos, durante sete meses, embora o atendimento às solicitações de reparo, oriundas de usuários de classe residencial, tenha sido feito dentro de limites esperados. Nesse ano, o atendimento por telefone aos usuários piorou em relação ao ano anterior, denotando uma perda de qualidade num aspecto fundamental no processo de satisfação do cliente: o relacionamento empresa / cliente.

O Anexo 5, referente ao ano de 2002, mostra desempenho abaixo da meta na qualidade dos serviços locais e de longa distância nacional nos horários matutino e noturno. Nas Ligações de longa distância nacional no horário matutino, onde se situa o período de maior movimento, a meta deixou de ser alcançada nos sete primeiros meses do ano e também no mês de setembro. Trata-se de um indicador chave que repercute fortemente na escolha do código de acesso da operadora pelo usuário e, conseqüentemente, no faturamento da empresa. Observa-se ano a ano uma piora no que diz respeito às chamadas originadas completadas, quando comparados os resultados de 2002 com os últimos dois anos, o que pode ser explicado por uma possível depreciação com queda de qualidade da rede telefônica e de sua manutenção.

Destaque negativo novamente para a “Taxa de solicitações de reparo por 100 (cem) acessos em serviço”, cuja meta de 2,5 atendimentos por solicitação, a Telemar/PE deixou de cumprir de janeiro a novembro, sendo por isso multada em R\$12.224,44 pela Anatel (Vide Anexo 9), embora a Agência Reguladora em seu comunicado tenha se referido ao descumprimento da meta entre os meses de julho a setembro. Não obstante, o atendimento de solicitações de reparos de clientes residenciais em até 24 horas ficou dentro dos padrões estabelecidos.

O contínuo aumento do número de contas com reclamação de erro, na modalidade local, durante sete meses no ano de 2002, evidencia um problema que reclama providências por parte das operadoras. Os clientes reivindicam clareza nas contas mensais e discriminação de todas as ligações efetuadas. A inexatidão das contas e insuficiência de informações constitui uma das principais causas de insatisfação dos clientes, como pode ser visto no Gráfico 9.

Por outro lado, a Telemar/PE melhorou o atendimento às solicitações de mudança de endereço e atendimento por telefone ao usuário, bem como atendimento à correspondência do usuário e atendimento pessoal.

5.3 SATISFAÇÃO DO CLIENTE RESIDENCIAL DE TELEFONIA FIXA COMUTADA NO ESTADO DE PERNAMBUCO

5.3.1 Telefonia local

O atual modelo brasileiro de telecomunicações apresenta uma configuração na exploração do serviço de telefonia fixa local que corresponde praticamente ao regime de monopólio privado. Em Pernambuco, no momento, apenas duas empresas prestam esse serviço para os clientes residenciais: Telemar e Vésper. O monopólio é caracterizado porque a Telemar/PE detém cerca de 90% dos clientes. Ou seja, decorridos cinco anos da introdução do novo modelo de telecomunicações no país, a competição na telefonia fixa local ainda não foi estabelecida de forma efetiva.

O Ministro das Comunicações, Miro Teixeira, disse, no dia 26/03/2003, na cerimônia de abertura da Telexpo 2003, que a existência de monopólio na telefonia fixa local, é culpa da

Anatel. Segundo o ministro, faltam transparência e ação à Agência, pois há empresas que tentam oferecer o serviço e são impedidas. Ele voltou a defender a concorrência no setor³³.

A Vice-presidente de Relações Externas e de Marketing da Embratel, Purificación Carpinteyro, afirmou:

“Estamos diante de três grandes monopólios regionais, da Telemar, da Telefônica e da Brasil Telecom. Todo esforço para abrir espaços de competição em telefonia local deve ser apoiado, para que as novas operadoras entrantes enfrentem essas concessionárias, pois, só assim, os preços baixarão e o usuário será beneficiado. Onde há monopólio, os preços não baixam. Eu dou um exemplo concreto: se compararmos as áreas de telefonia celular e de longa distância, onde há competição, veremos que os preços desses serviços caíram dramaticamente após a privatização. A redução média é da ordem de 78%. Enquanto isso, por falta de concorrência, as tarifas locais aumentaram 25% acima da inflação de 1998 para cá”³⁴.

Supõe-se que a existência desse monopólio privado estabelecido na telefonia fixa, fez com que a Pesquisa de Satisfação dos Usuários Residenciais do STFC patrocinada pela Anatel – base para este trabalho - excluísse a Vésper e contemplasse apenas a prestadora Telemar/PE, porque esta última detém cerca de 90% do mercado de telefonia local. A referida pesquisa foi realizada apenas quatro anos após a privatização das telecomunicações, não obstante a cláusula 6.5 do Contrato de Concessão celebrado entre a Anatel e a Telpe estabelecer que:

...a ANATEL avaliará, periodicamente, o grau de satisfação dos usuários com o serviço ora concedido, podendo divulgar os resultados da Concessionária, abrangendo, pelo menos, os seguintes aspectos: I - atendimento ao usuário, especialmente no que tange à facilidade de acesso, presteza, cordialidade, rapidez e eficácia na resposta a solicitações e reclamações; II - tarifas cobradas e descontos oferecidos; III - qualidade técnica do serviço prestado; e IV - adequação dos serviços oferecidos às necessidades dos usuários (1998, p 8).

A Agência Nacional de Energia Elétrica - Aneel, embora criada depois da Anatel, já realiza pesquisas de satisfação de clientes há mais tempo.

5.3.1.1 NÍVEL DE SATISFAÇÃO GERAL (%)

Os resultados consolidados confirmam a hipótese de que a prestação dos serviços de telefonia fixa residencial ainda não alcançou padrões de qualidade compatíveis com as exigências do mercado. Tal confirmação tem como parâmetro o fato de que todos os fatores apresentaram avaliação inferior a 85%. Os resultados a seguir referem-se ao Índice de Satisfação dos usuários e serão apresentados através de percentuais.

A Tabela 3 apresenta níveis de satisfação consolidados de todos os fatores pesquisados, que variam entre 70 e 77,5%, exceto o fator “Tarifas e Preços”, cujo grau de satisfação é de 62,8%, confirmando também a hipótese, no que concerne à telefonia local, de que a tarifa/preço da telefonia fixa é o principal fator de insatisfação de clientes residenciais.

O fator “Conta, Cobrança e Condições de Pagamento” foi o segundo pior avaliado com 70%, podendo refletir em parte a insatisfação decorrente do número de contas com reclamação de erro registrado nos indicadores do PGMQ. Observa-se um maior nível de insatisfação dos usuários com os fatores diretamente relacionados com o pagamento dos serviços (“Tarifas/preços”, “Conta, Cobrança e Condições de Pagamento” e “Informações Prestadas”).

O fator “Qualidade das ligações” foi o melhor avaliado pelos usuários, a despeito de apresentar queda na taxa de chamadas completadas. Isto pode significar que o nível de

³³ Texto extraído do site www.comparatel.com.br consultado no dia 29/05/2003 às 19:08.

³⁴ Texto extraído do site www.terra.com.br consultado no dia 02/06/2003 às 11:30.

exigência dos usuários é inferior ao da Anatel, para este fator, e superior em relação a tarifa e preço dos serviços.

TABELA 3 - NÍVEL DE SATISFAÇÃO GERAL COM A TELEMAR/PE (%)

FATORES	NÍVEL DE SATISFAÇÃO
1. QUALIDADE DAS LIGAÇÕES	77,5
2. SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO	74,4
3. SERVIÇOS	73,9
4. ATENDIMENTO	72,2
5. INFORMAÇÕES PRESTADAS	70,4
6. CONTA, COBRANÇA E CONDIÇÕES DE PGTO	70,0
7. TARIFAS/PREÇOS	62,8
SATISFAÇÃO TOTAL	71,5

Fonte: Anatel

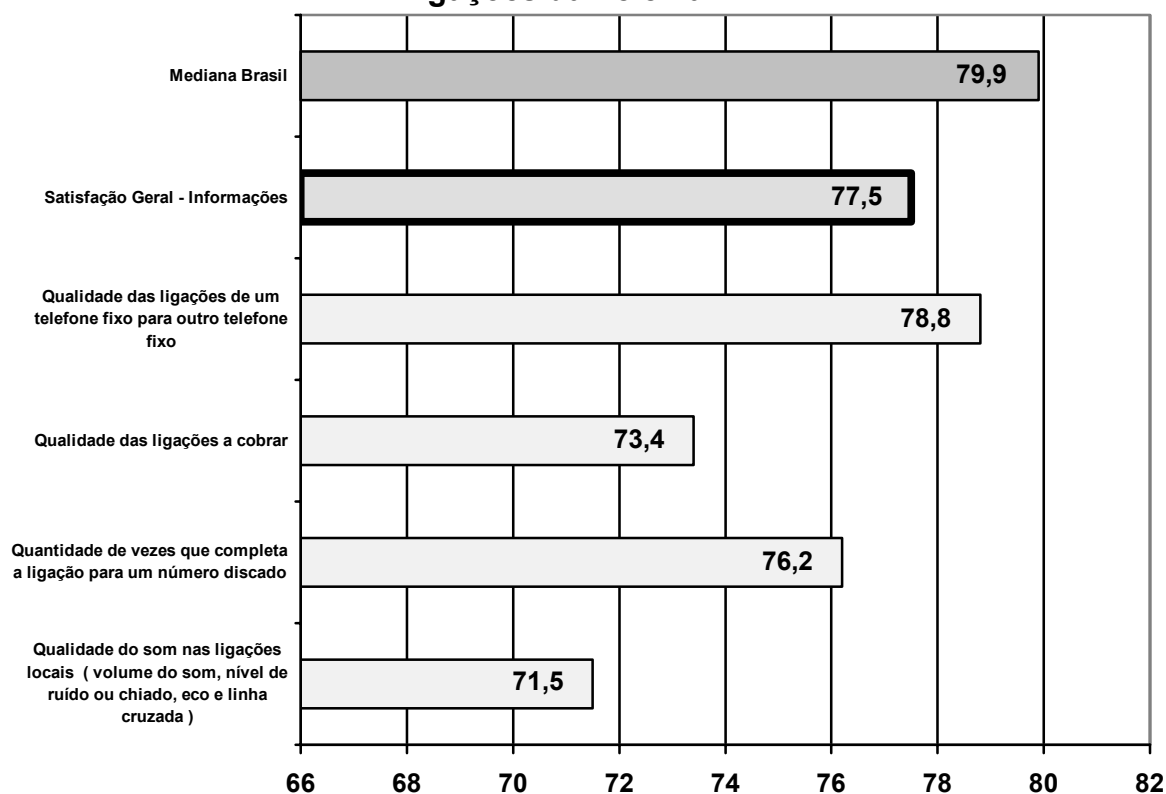
5.3.1.2 ÍNDICE DE SATISFAÇÃO COM A TELEMAR/PE PELO FATOR: QUALIDADE DAS LIGAÇÕES (%)

Embora a qualidade das ligações represente o fator melhor avaliado na pesquisa, o índice de satisfação geral ficou abaixo da mediana Brasil³⁵ (79,9%).

Conforme apresentado no Gráfico 4, a seguir, a qualidade das ligações a cobrar está longe de atender as expectativas dos usuários; pior ainda é a qualidade do som nas ligações locais, que apresenta grande possibilidade para melhoria, pois foi avaliada com o índice de satisfação de 71,5%. A qualidade das ligações de um telefone fixo para outro telefone fixo apresentou o melhor índice de satisfação entre os indicadores deste fator, com 78,8%. De um modo geral, as novas tecnologias utilizadas pelas empresas tendem a melhorar a qualidade das ligações, porém é importante registrar que os indicadores do PGMQ apontam dificuldades da operadora para completar ligações, especialmente no horário matutino, nos últimos três anos.

³⁵ A pesquisa utiliza a mediana Brasil como medida de comparação do índice de satisfação, como eixo central, situando cada prestadora abaixo ou acima da mediana, por ter sido avaliadas todas as prestadoras (ex-estatais), utilizando-se o ranking das operadoras como referência

Gráfico 4- Índice de Satisfação com a qualidade das ligações da Telemar/PE



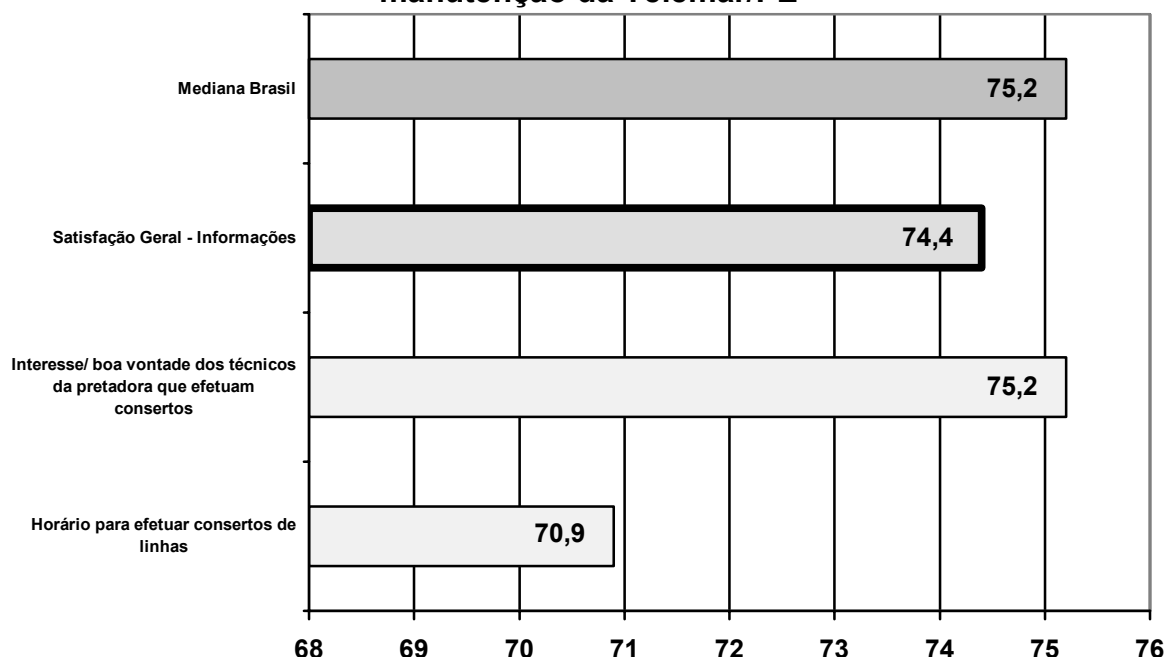
5.3.1.3 ÍNDICE DE SATISFAÇÃO COM AS PRESTADORAS PELO FATOR: SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO (%)

O fator “Serviços de Manutenção” (Vide Gráfico 5) é aquele em que o cliente atribui maior grau de importância, entre todos os fatores pesquisados. Este fator foi o segundo melhor avaliado pelos usuários. No entanto, é importante registrar que as solicitações de reparo dos usuários da Telemar/PE, monitoradas pela Anatel através do PGMQ, apresentam resultados bastante negativos. Os clientes estão fixados nesta questão, mas valorizam outros aspectos, além do prazo para atendimento às solicitações.

As avaliações apresentadas no próximo gráfico mostram que embora haja interesse e boa vontade dos técnicos da prestadora, os horários utilizados por eles para a realização dos serviços de manutenção podem não ser os mais adequados para os clientes.

A rapidez e a prática do agendamento com o cliente, de forma a atender suas conveniências de horário, parecem ser o caminho para se alcançar um melhor nível de satisfação, quando o conserto de linhas afetar negativamente o cliente. O agendamento é uma prática geralmente usada para os serviços de manutenção que afetam os clientes corporativos, notadamente de serviços essenciais, para não causar problemas com a descontinuidade dos serviços e para não lhes causar prejuízos financeiros. O uso desta prática poderia se estender para os clientes residenciais.

Gráfico 5- Índice de Satisfação com os serviços de manutenção da Telemar/PE



5.3.1.4 ÍNDICE DE SATISFAÇÃO COM AS PRESTADORAS PELO FATOR: SERVIÇOS (%)

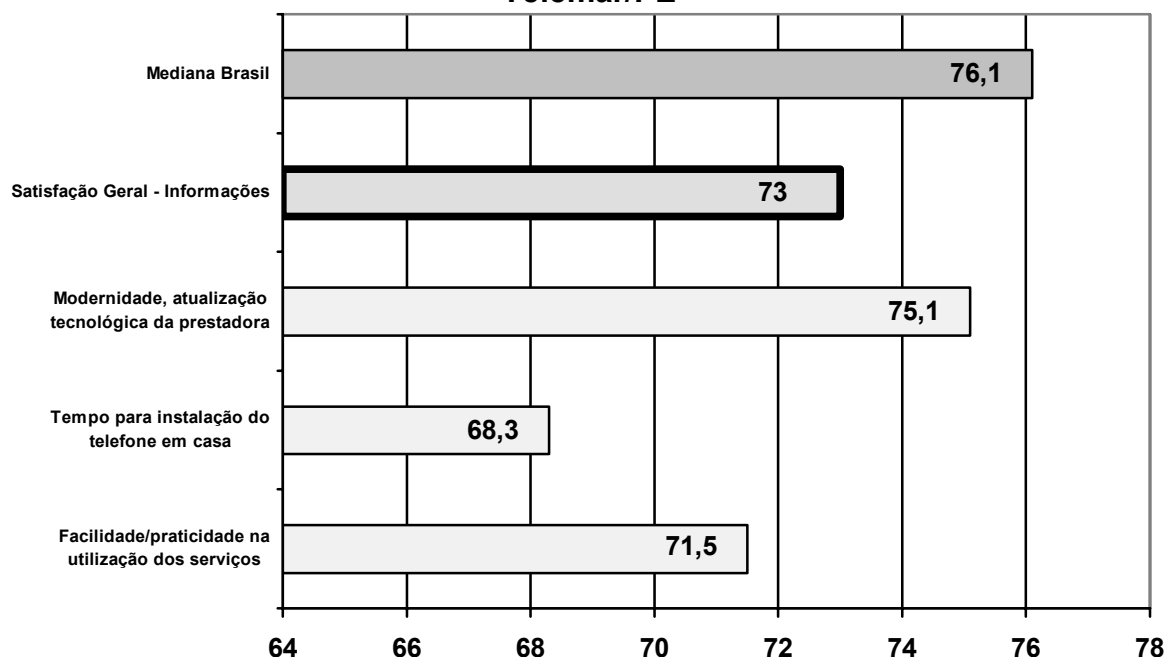
Em relação ao fator “Serviços”, (Gráfico 6) a modernidade e atualização tecnológica da prestadora, apresenta-se com o maior índice de satisfação, 75,1% - único indicador acima da satisfação geral do fator. Esta percepção do usuário pode decorrer, entre outras causas, da taxa de digitalização da rede da prestadora que atualmente é de 99,9%, segundo dados do PGMQ.

O tempo para instalação do telefone em casa não atende às expectativas do cliente, na medida em que sua avaliação foi de 68,3%, menor avaliação entre os indicadores do fator “Serviços”. Este resultado revela que o cliente atual está bastante exigente, se comparado com a situação anterior à privatização, em que a instalação de uma linha telefônica às vezes demorava mais de dois anos.

A Anatel aprovou no dia 05 de junho de 2003, o novo Plano Geral de Metas para Universalização. Pelo novo PGMU as operadoras, entre outras metas, terão uma semana para atender aos pedidos de instalação de linhas telefônicas em localidades com mais de cem habitantes. Este novo PGMU fará parte integrante dos contratos de concessão que serão prorrogados pelo prazo de 20 anos, a contar de 1º de janeiro de 2006, pelas operadoras que desejarem e atenderem aos requisitos fixados pela Anatel.

Quanto ao indicador “Facilidade/praticidade na utilização dos serviços”, a avaliação mostra que os usuários já devem estar relativamente familiarizados com os procedimentos necessários para efetuar ligações locais e de longa distância, mas ainda precisam de melhores esclarecimentos por parte da prestadora.

Gráfico 6- Índice de Satisfação com os serviços da Telemar/PE



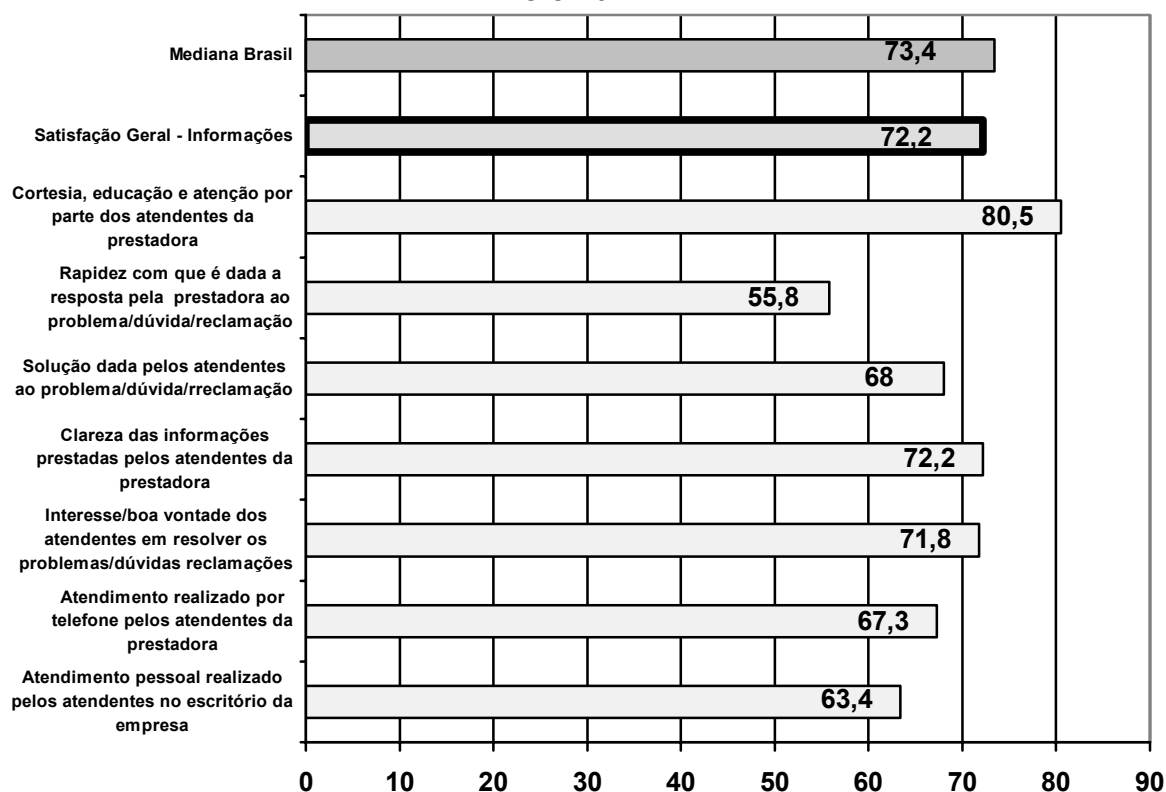
5.3.1.5 ÍNDICE DE SATISFAÇÃO COM A TELEMAR/PE PELO FATOR: SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO (%)

Como pode ser visto no Gráfico 7, a “Rapidez com que é dada a resposta pela prestadora ao problema/dúvida/reclamação” do usuário foi o indicador que apresentou a segunda pior avaliação entre todos os indicadores da pesquisa, com 55,8%, ficando à frente apenas do indicador que apresentou o pior resultado geral, que foi o “Preço cobrado pela assinatura básica”(45,9%).

Destaque negativo também para atendimento pessoal realizado pelos atendentes no escritório da empresa. Existe uma grande variação entre este indicador (63,4%) e o indicador “Cortesia, educação e atenção por parte dos atendentes da prestadora”(80,5%), indicando que, embora bem atendido, o cliente pode não ter o seu problema resolvido. Este resultado reflete também a dificuldade de acesso à empresa em razão do fechamento de escritórios antes existentes e destinados a este fim. Agora, o atendimento se dá a distância, por meio do serviço 0800.

A maior diferença entre o maior e o menor índice de satisfação, 24,7%, foi apresentada neste fator.

Gráfico 7- Índice de Satisfação com o Atendimento da Telemar/PE

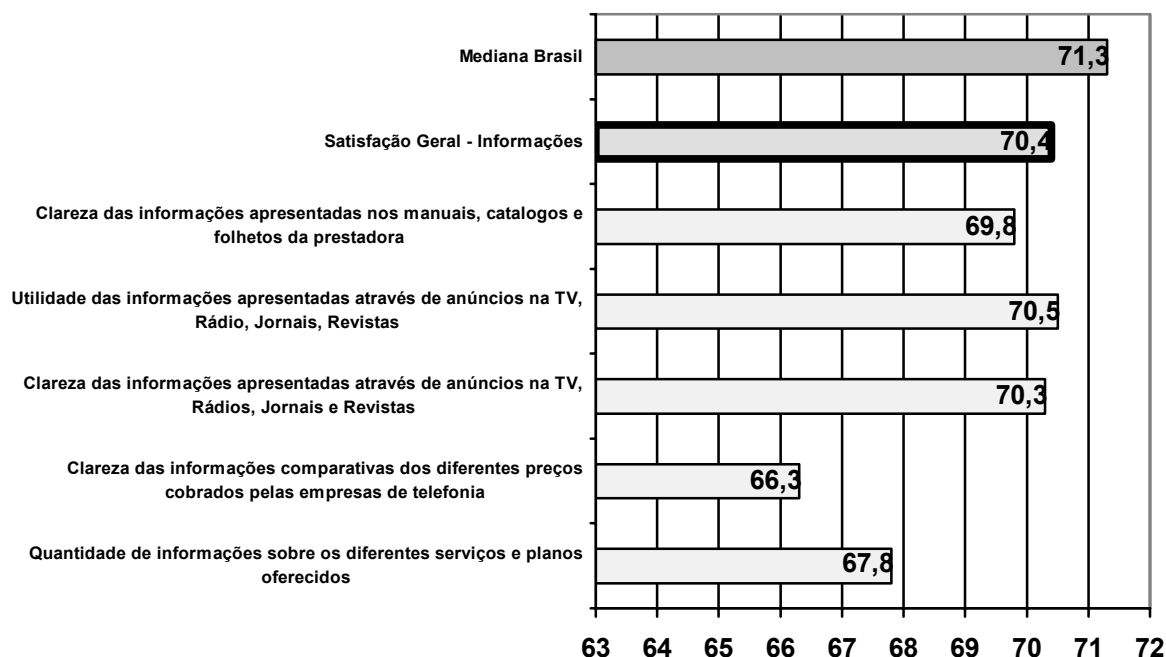


5.3.1.6 ÍNDICE DE SATISFAÇÃO COM A TELEMAR/PE PELO FATOR: INFORMAÇÕES PRESTADAS (%)

O gráfico 8 a seguir mostra que o fator “Informações Prestadas” apresenta um índice geral de satisfação de 70,4%, um pouco abaixo da mediana Brasil, que é de 71,3%. O indicador Clareza das informações comparativas dos diferentes preços cobrados pelas empresas de telefonia” apresentou 66,3%, o menor índice de satisfação deste fator. Pode-se perceber que, de um modo geral, os indicadores relacionados com preços, pagamentos e planos oferecidos, independente do fator avaliado, apresenta sempre os menores índices de satisfação. Isto também indica que os usuários podem não saber exatamente quais as operadoras que praticam os menores preços ou que acham o preço alto das ligações locais.

Os indicadores relacionados com veiculações através de TV, Rádio Jornais e Revistas apresentam suas avaliações concentradas, no que diz respeito clareza e utilidade das informações. Porém, os escores estão em níveis abaixo do desejado, o que leva a pensar que as informações são insuficientes, carecem de maior clareza e sua veiculação pode ser mais útil. Como se nota, as informações apresentadas nos manuais, catálogos e folhetos da prestadora, precisam ser mais claras, de forma a atender as exigências do cliente, independentemente do seu grau de instrução.

Gráfico 8- Índice de Satisfação com as informações prestadas pela Telemar/PE



5.3.1.7 ÍNDICE DE SATISFAÇÃO COM A TELEMAR/PE PELO FATOR: CONTA, COBRANÇA E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO (%)

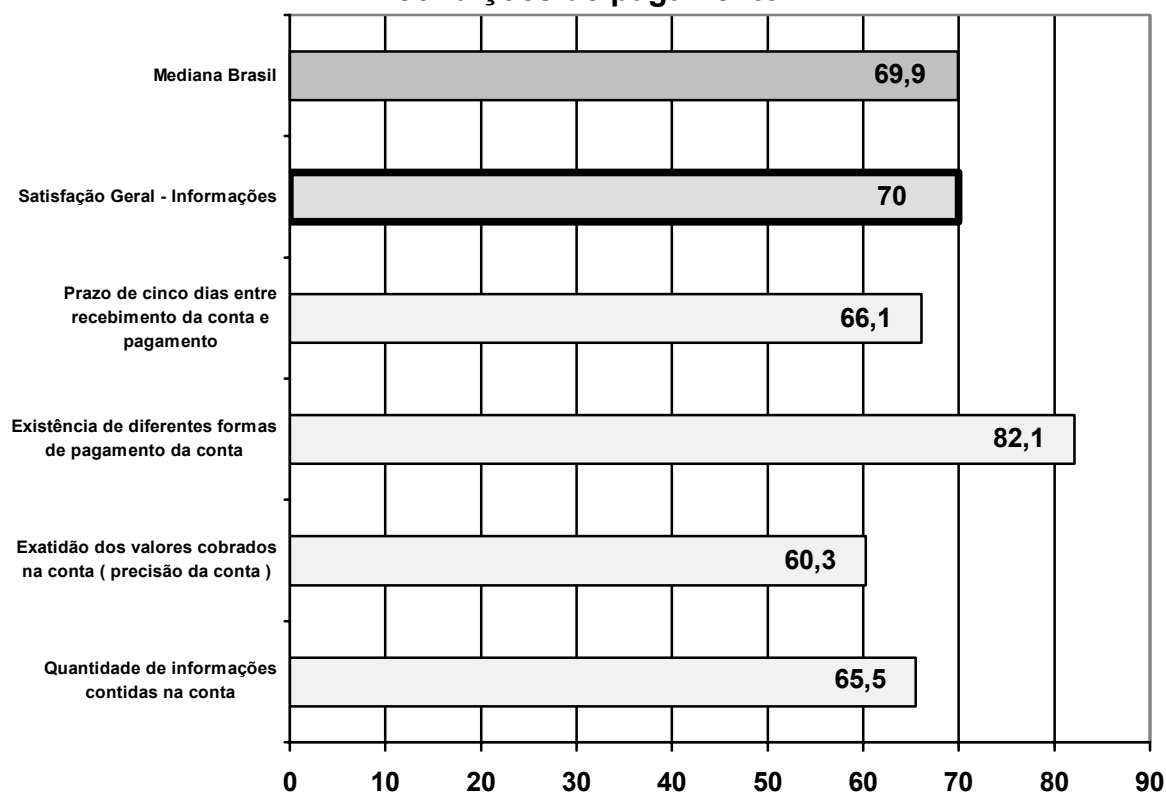
Em relação a este fator, observa-se claramente no Gráfico 9 o destaque do indicador “Existência de diferentes formas de pagamento da conta” com um nível de satisfação de 82,1%. Este foi entre todos o maior nível de satisfação apresentado na pesquisa. Pode-se depreender que esta avaliação decorre da existência de seis datas colocadas à disposição dos usuários para que ele escolha a que pretende pagar sua conta.

Os demais indicadores deste fator não apresentaram grande variação, oscilaram entre 60,3 e 66,1%.

O nível de insatisfação com o indicador “Exatidão dos valores cobrados na conta” (precisão da conta), é evidente. Percebe-se que ele é um dos mais baixos e pode justificar a razão pela qual existem reclamações e dúvidas de usuários com a falta de detalhamento da conta, que não identifica, por exemplo, as ligações incluídas na faixa de franquia. Trata-se de uma questão polêmica e sobre a qual há, inclusive, registro de ação judicial para que a Telemar/PE identifique todas as ligações efetuadas, como fazem as prestadoras do serviço de telefonia móvel³⁶.

³⁶ Fonte: artigo do Jornal do Comércio, do Recife, datado de 13 de julho de 2003.

Gráfico 9- Índice de Satisfação com a conta, cobrança e condições de pagamento



5.3.1.8 ÍNDICE DE SATISFAÇÃO COM A TELEMAR/PE PELO FATOR: TARIFAS / PREÇOS (%)

O fator “Tarifas/Preços” (Gráfico 10) apresentou a pior avaliação, com índice médio de satisfação geral de 62,8%, embora tenha ficado acima da mediana Brasil, que é de 58,2%. Este resultado confirmou a nossa proposição quanto à insatisfação dos usuários com os preços da telefonia fixa. Os dois indicadores relacionados com descontos e promoções ficaram acima da mediana e os outros dois referentes a preços situaram-se abaixo da mediana.

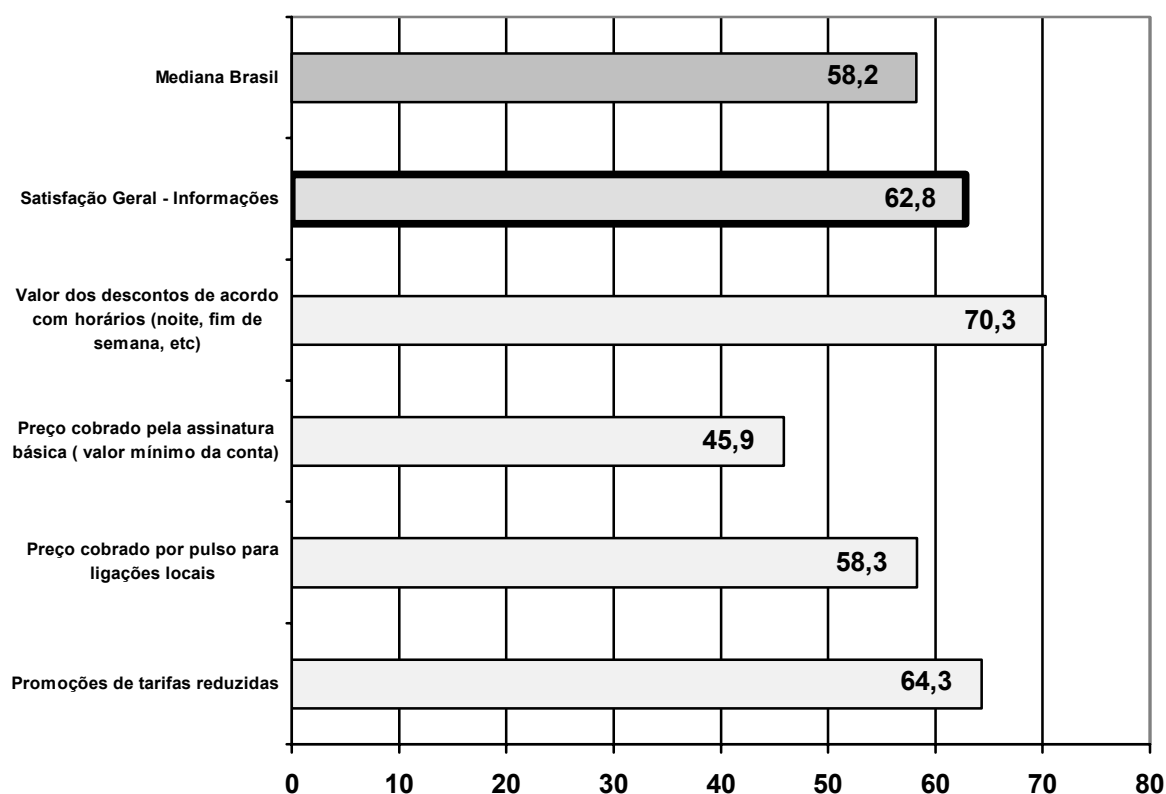
Este fator apresentou a maior amplitude, ou seja, grande diferença entre o maior e o menor resultado de seus indicadores: 24,4%. Como destaque negativo, o preço cobrado pela assinatura básica obteve a pior avaliação da pesquisa com 45,9%. Fica claro o motivo da grande repercussão verificada nos meios de comunicação social do país, dando conta da insatisfação dos usuários, dos órgãos de defesa do consumidor e do próprio Ministério das Comunicações com o percentual de reajuste da telefonia fixado pela Anatel, com vigência prevista para julho de 2003. Como desdobramento, o Ministério Público acionou o Poder Judiciário para deliberar sobre a questão.

A pesquisa encontrou diferenças entre o nível de satisfação dos usuários com as tarifas e preços do serviço de telefonia local, comparativamente com os serviços de telefonia de longa distância. Pode-se perceber que o grau de satisfação é maior em relação aos serviços de longa distância, em razão da competição entre as operadoras e a conseqüente redução de tarifas, o que não ocorre com a telefonia local.

Desde a privatização do Sistema Telebrás, em julho de 1998, houve queda de preços na telefonia de longa distância, onde a concorrência é mais acirrada. O minuto da ligação para os Estados Unidos, por exemplo, baixou 51% no período. Por outro lado, a assinatura residencial da telefonia fixa, onde quase não há competição, aumentou 90% nos últimos cinco anos³⁷. Um fator que onera sobremaneira a prestação do serviço é a elevada carga tributária, que varia entre 40% e 44% sobre o valor da conta telefônica. Para o ex-ministro das comunicações, Juarez Quadros, “não é justo que os serviços de telecomunicações estejam sujeitos a mais impostos que a comercialização de armas de fogo, bebidas e veículos de passeio”.

O “Preço cobrado por pulso para ligações locais” ficou com 58,3%, demonstrando a clara visão do cliente de que não atende ao princípio da modicidade das tarifas, previsto no PGMQ, o que poderá ser minimizado por meio do pagamento do tempo real utilizado nas ligações. Diferentemente da tarifa de energia elétrica, a telefonia fixa não conta com a existência de tarifa social. O preço pela prestação do serviço é o mesmo tanto para o rico como para o pobre.

Gráfico 10- Índice de Satisfação com tarifas / preços



5.3.1.9 ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DE ACORDO COM AS VARIÁVEIS SEXO, IDADE, RENDA E GRAU DE INSTRUÇÃO (%)

a) Índice de Satisfação por Sexo

³⁷ Texto extraído do *site* comparatel.com.br no dia 29/05/2003, às 19:04 horas.

Há coincidência na ordem de avaliação decrescente entre todos os fatores tanto por parte dos respondentes do sexo feminino quanto dos respondentes do sexo masculino.

As diferenças entre os percentuais de avaliação estão relativamente próximas, conforme exposto na Tabela 4. Observa-se, no entanto, que os usuários do sexo feminino apresentam maior nível de satisfação em todos os fatores, exceto em relação à “Qualidade das ligações”. Este fator, aliás, apresenta-se como o de maior índice médio de satisfação, enquanto o fator “Tarifas/Preços” é o de menor índice. Cabe acrescentar que no Brasil, segundo pesquisa do Ibope³⁸, as mulheres falam mais que os homens ao telefone. Enquanto a média de tempo gasto em ligações é de 8,8 minutos, as mulheres respondem por 9,3 minutos por ligação feita.

TABELA 4 – ÍNDICE MÉDIO DE SATISFAÇÃO DOS FATORES POR SEXO (%)

Fatores	IMS	Sexo	
		Masculino	Feminino
QUALIDADE DAS LIGAÇÕES	79,4	80,2	79,0
SERVIÇOS	75,7	74,4	76,4
SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO	74,7	73,0	75,5
ATENDIMENTO	74,0	72,5	74,7
INFORMAÇÕES PRESTADAS	71,1	69,3	71,9
CONTA, COBRANÇA E CONDIÇÕES DE PGTO	69,5	68,7	69,9
TARIFAS/PREÇOS	57,6	57,3	57,8
SATISFAÇÃO TOTAL	72,1	69,8	73,2

b) Índice de Satisfação por Faixa Etária

Em relação à “Faixa etária”, Tabela 5, os mais altos índices de satisfação são atribuídos por usuários com idade acima de 50 anos. Os usuários na faixa etária entre 41 e 50 anos apresentam o menor grau de satisfação total com os fatores. A variação observada no índice de satisfação total por faixa etária é muito pequena, com exceção dos usuários acima de 50 anos, que apresentam algum destaque.

³⁸ Informação disponibilizada no site da www.msn.com.br às 10:28 do dia 20.07.2003.

TABELA 5 – ÍNDICE MÉDIO DE SATISFAÇÃO DOS FATORES POR FAIXA ETÁRIA (%)

Fatores	IMS	Faixa Etária				
		Até 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	Mais de 50 anos
QUALIDADE DAS LIGAÇÕES	79,4	77,5	79,0	80,6	77,6	80,9
SERVIÇOS	75,7	75,1	74,6	76,0	73,6	79,4
SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO	74,7	69,6	71,7	76,0	73,3	80,7
ATENDIMENTO	74,0	75,3	72,4	74,8	71,2	77,6
INFORMAÇÕES PRESTADAS	71,1	74,7	70,6	70,2	68,4	74,3
CONTA, COBRANÇA E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	69,5	69,5	67,1	70,0	68,4	72,8
TARIFAS/PREÇOS	57,6	64,0	57,3	55,7	54,6	61,7
SATISFAÇÃO TOTAL	72,1	70,9	70,8	71,7	69,5	77,1

c) Índice de Satisfação por Renda

Os usuários com menor faixa de renda (até 2 salários mínimos) apresentam, conforme Tabela 6, o maior grau de satisfação com os fatores pesquisados, enquanto os de maior renda são os menos satisfeitos, ou, dito de outra forma, os mais insatisfeitos, e com uma grande diferença percentual (15,8%) entre as avaliações destes dois grupos, 77,8% e 60% respectivamente. A tabela 6 mostra que quanto maior a renda, maior o nível de exigência e menor o grau de satisfação do usuário. Fica claro através dos números que os níveis de exigência e de satisfação, por via de consequência, variam de acordo com o perfil de renda do consumidor.

Além disso, mais uma vez, observa-se que os fatores com IMS mais altos são “Qualidade das ligações” e “Serviços”, enquanto “Tarifas e preços” é o fator com IMS mais baixo.

TABELA 6 – ÍNDICE MÉDIO DE SATISFAÇÃO DOS FATORES POR FAIXA DE RENDA DO DOMICÍLIO (%)

Fatores	IMS	Faixa de Renda				
		Até 2 SM	De 2,1 a 4 SM	De 4,1 a 8 SM	De 8,1 a 16 SM	Mais de 16 SM
QUALIDADE DAS LIGAÇÕES	79,4	80,3	80,6	80,2	78,6	77,4
SERVIÇOS	75,7	79,1	77,3	75,4	73,2	71,1
SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO	74,7	79,4	76,1	75,2	72,0	67,2
ATENDIMENTO	74,0	78,0	77,2	72,9	71,8	64,4
INFORMAÇÕES PRESTADAS	71,1	76,0	73,6	69,1	68,9	65,7
CONTA, COBRANÇA E COND. DE PGTO	69,5	70,4	69,0	69,9	70,0	62,6
TARIFAS/PREÇOS	57,6	61,2	61,6	55,2	54,0	52,6
SATISFAÇÃO TOTAL	72,1	77,8	75,0	71,2	67,6	62,0

d) Índice de Satisfação por Grau de Instrução

As avaliações apresentadas na Tabela 7, abaixo, sugerem comportamento semelhante ao da tabela anterior. Pode ser observado que usuários com maior grau de instrução apresentam os menores índices de satisfação para todos os fatores. Destaque para a grande diferença entre os grupos de escolaridade em relação à “Satisfação total”, “Tarifas e preços” e “Informações prestadas”. Como se nota, existe uma grande diferença entre o fator melhor avaliado “Qualidade das ligações” e o pior avaliado “Tarifas/Preços”.

TABELA 7 – ÍNDICE MÉDIO DE SATISFAÇÃO DOS FATORES POR GRAU DE INSTRUÇÃO DOS RESPONDENTES (%)

Fatores	IMS	Grau de Instrução		
		1º Grau Incompleto ou Completo	2º Grau Incompleto ou Completo	Superior Incompleto ou Mais
QUALIDADE DAS LIGAÇÕES	79,4	80,5	79,0	77,7
SERVIÇOS	75,7	78,8	74,7	71,2
SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO	74,7	79,1	73,0	69,1
ATENDIMENTO	74,0	79,2	72,9	66,1
INFORMAÇÕES PRESTADAS	71,1	74,4	71,2	63,7
CONTA, COBRANÇA E COND. DE PGTO	69,5	71,6	68,6	67,1
TARIFAS/PREÇOS	57,6	62,1	56,4	51,6
SATISFAÇÃO TOTAL	72,1	77,5	70,4	63,7

5.3.2 Telefonia de longa distância nacional

A telefonia de longa distância nacional (LDN) é mais conhecida no Brasil como discagem direta à distância (DDD). Diferentemente da telefonia local, na exploração deste serviço existe concorrência entre as operadoras.

5.3.2.1 AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO COM OS INDICADORES DO SERVIÇO DE TELEFONIA INTERURBANA (DDD)

A Tabela 8 mostra que grande parte dos indicadores avaliados recebeu graus de satisfação relativamente altos. Se considerarmos os 5 (cinco) primeiros indicadores da tabela como fortemente relacionados com a qualidade técnica do serviço e os outros quatro como relacionados com o processo de pagamento, podemos observar que o nível de satisfação é menor para com os indicadores do segundo grupo.

A prestadora Embratel obteve índices de satisfação superiores aos índices de suas concorrentes Telemar e Intelig. A prestadora Intelig apresenta o segundo melhor índice de satisfação geral na prestação do serviço, tendo em vista que a Embratel apresenta a melhor e a Telemar a pior performance.

Mais uma vez, o indicador “Preços/custos das ligações” se destacou dos demais, apresentando os menores índices de satisfação, para todas as prestadoras, confirmando também nas ligações DDD a hipótese de que este é o principal fator de insatisfação de clientes residenciais. Cumpre destacar que este indicador, que se refere a ligações DDD, é melhor avaliado do que o mesmo indicador para as ligações locais. Isto pode reforçar a idéia de que o usuário é favorecido quando existe competição entre as prestadoras.

TABELA 8 – SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS EM RELAÇÃO ÀS PRESTADORAS UTILIZADAS PARA LIGAÇÕES INTERURBANAS (DDD) – DADOS CONSOLIDADOS (%)

Indicadores	Embratel	Intelig	Telemar
Quantidade de vezes que completa ligações interurbanas no número digitado.	81,6	76,7	80,3
Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, quedas ou cortes.	80,8	77,8	76,2
Qualidade das ligações (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	80,5	76,5	76,8
Qualidade do atendimento para ligações pela prestadora.	79,4	76,4	75,9
Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação.	79,3	76,6	75,6
Detalhamento da conta para as ligações pela prestadora.	76,2	71,1	76,1
Clareza da conta para as ligações pela prestadora.	75,7	74,1	75,1
Informações fornecidas para ligações pela prestadora.	75,5	69,4	71,8
Preço/custo das ligações.	57,8	52,0	59,0
SATISFAÇÃO GERAL – Prestadoras DDD	80,5	78,1	77,5

5.3.3 Telefonia de longa distância internacional

A telefonia de longa distância internacional (LDI) é mais conhecida no Brasil como discagem direta internacional (DDI). Neste serviço existe uma concorrência um pouco maior entre as empresas, pela pressão dos preços praticados por empresas de outros países.

5.3.3.1 AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO COM OS INDICADORES DO SERVIÇO DE TELEFONIA INTERURBANA (DDI) – CONSOLIDADO (%)

Como pode ser observado na Tabela 9, de maneira geral, os indicadores de satisfação das duas prestadoras pesquisadas apresentaram-se mais altos do que os resultados encontrados para os outros serviços (telefonia local e nacional), exceto, mais uma vez, o indicador “Preço/custo das ligações”. A prestadora Embratel obteve, em relação a Intelig, os maiores índices de satisfação para todos os indicadores avaliados. Ela alcançou o maior índice de satisfação, com a “qualidade do atendimento para ligações internacionais”. Este indicador apresentou o melhor resultado da pesquisa (84,4%), praticamente entrando na faixa de excelência em satisfação do cliente (85%).

É marcante a insatisfação dos usuários para com o preço das ligações internacionais praticado pela Intelig. Este indicador apresentou o pior resultado de toda a pesquisa (39,9%).

Cumprir destacar a variação entre o índice de satisfação dos usuários com os preços das ligações da Embratel (56,2%) e as avaliações dos demais indicadores dessa prestadora, todos avaliados acima de 80%.

Os dados demonstram que os usuários estão mais insatisfeitos com os preços do serviço de longa distância internacional do que com os de longa distância nacional.

TABELA 9 – SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS EM RELAÇÃO ÀS PRESTADORAS UTILIZADAS PARA LIGAÇÕES INTERNACIONAIS (DDI) – DADOS CONSOLIDADOS (%)

Indicadores	Embratel	Intelig
Qualidade do atendimento para ligações pela prestadora.	84,4	80,5
Clareza da conta para as ligações pela prestadora.	83,5	75,9
Detalhamento da conta para as ligações pela prestadora.	83,4	74,0
Quantidade de vezes que completa ligações interurbanas no número digitado.	82,5	74,0
Tempo que leva para o outro telefone apresentar algum sinal (chamando, ocupado) na ligação.	81,7	73,0
Qualidade das ligações (nível de ruído, chiado, volume de som, eco, linha cruzada).	81,4	73,0
Quantidade de ligações interurbanas sem interrupções, quedas ou cortes.	81,1	72,7
Informações fornecidas para ligações pela prestadora.	80,8	69,4
Preço/custo das ligações.	56,2	39,9
SATISFAÇÃO GERAL – Prestadoras DDI	82,3	73,4

6 CONCLUSÕES

O objetivo geral deste trabalho foi avaliar o nível de satisfação de clientes residenciais de telefonia fixa, no estado de Pernambuco, com as empresas concessionárias de telefonia

local, de longa distância nacional e de longa distância internacional, enfocando aspectos relacionados com oferta, qualidade e tarifas/ preços.

Os resultados mostram que o novo modelo de telecomunicações brasileiro promoveu em Pernambuco uma grande mudança na prestação dos serviços de telefonia fixa comutada, no que se refere à expansão da oferta, passando de 443.543 acessos telefônicos instalados em junho de 1998, época da privatização, para 1.245.428 em abril de 2003. Assim, os números podem mostrar o acerto da iniciativa como política pública indutora do incremento da oferta de linhas telefônicas. Mas mostram, também, a necessidade de melhoria no tocante à qualidade e preços dos serviços.

Chama atenção o fato de que atualmente existem no país cerca de 4,5 milhões de telefones disponíveis à espera de interessados, muitos deles impossibilitados, por limitação de renda, de exercerem o direito de se comunicar e participar da vida social, cultural, econômica e política do país. Há autoridades da própria Anatel apontando o aumento da demanda como fator de pressão para distribuição de renda. Este quadro leva a crer que há necessidade de ações na direção de baixar as tarifas/preços da telefonia e aumentar a renda da população, a fim de possibilitar uma maior inclusão social na área das telecomunicações. Ou seja, antes da privatização a exclusão social nas telecomunicações era motivada particularmente pela restrição da oferta. Hoje, ela se dá, sobretudo, pelas tarifas dos serviços.

A pesquisa evidencia que, após cinco anos da privatização das telecomunicações no Brasil, o principal fator de insatisfação dos clientes dos serviços de telefonia fixa residencial, é tarifa/preço fixada pela Anatel e praticada pelas operadoras. Atualmente, o reajuste das tarifas dos serviços de telefonia, transformou-se em caso de justiça e tem sido objeto de destaque nos meios de comunicação social do país.

Neste sentido, a realidade está distante da pretensão dos elaboradores das políticas públicas que conceberam o atual modelo, os quais esperavam a melhoria da qualidade e a redução dos preços como consequência da competição. A competição, um dos pilares do novo modelo, está praticamente restrita aos serviços de longa distância. Esta realidade está levando a Anatel a cogitar a implementação de um Plano Geral de Metas de Competição – PGMC, com metas a serem alcançadas pelas operadoras. O quadro atual mostra que a competição foi estabelecida na prestação dos serviços de telefonia fixa de longa distância nacional e internacional, com melhoria da qualidade e redução de preços para os usuários, enquanto que a telefonia local continua explorada, não só em Pernambuco, como em todo o país, praticamente em regime de monopólio privado (antes era monopólio estatal), com as consequências negativas decorrentes dessa condição.

Quanto à qualidade dos serviços de telefonia fixa no Estado de Pernambuco, os resultados estatísticos evidenciam que melhorou, mas ainda tem muito a melhorar, em todos os fatores pesquisados, particularmente no tocante às tarifas e preços. Todos os fatores e indicadores pesquisados ficaram abaixo de 85%, início da faixa de excelência em satisfação.

O mais alto índice de satisfação dos usuários do STFC foi com o fator “Qualidade das ligações” (77,5%). O fator “Serviços de manutenção”, julgado o mais importante pelos usuários, apresentou a segunda melhor avaliação, com o grau de satisfação (74,4%). O índice de satisfação com o fator “Serviço”, foi 73,9%. “Atendimento” foi avaliado com 72,2%, “Informações prestadas” 70,4% e “Conta, cobrança e condições de pagamento” 70%. Finalmente, o mais baixo índice encontrado foi com “Tarifas/preços” (62,8%).

Se considerarmos os quatro primeiros fatores como fortemente relacionados com a qualidade técnica do serviço e os outros como mais aderentes ao processo de pagamento, podemos observar que o nível de satisfação é menor para com os fatores do segundo grupo.

Os resultados também evidenciaram que:

- Existe superioridade no índice de satisfação total por parte das mulheres, com 73,2%;
- Os usuários que apresentam os mais altos índices de satisfação são os de idade acima de 50 anos e os mais insatisfeitos estão na faixa etária entre 41 e 50 anos;
- Quanto maior a renda e o grau de instrução, menor os índices de satisfação para todos os fatores avaliados.

Uma questão relevante é o maior nível de satisfação dos usuários, primeiramente, para com a prestação dos serviços de longa distância nacional; em seguida, com o serviço de longa distância internacional; e, por fim, com a telefonia local, onde a concorrência entre operadoras é ainda muito incipiente. Os maiores índices de satisfação foram atribuídos aos serviços prestados pela Embratel.

Portanto, os resultados estatísticos encontrados levam à confirmação das hipóteses formuladas neste trabalho.

Fica claro que os *padrões de qualidade compatíveis com as exigências do mercado e a prática de tarifas razoáveis e justas*³⁹ não foram alcançados. Os dados demonstram que as tarifas não são razoáveis. Uma das evidências é que a quantidade de telefones instalados pela Telemar/PE reduziu de 1.297.609, em dezembro de 2001, para 1.235.447, em junho de 2003. Ou seja, os clientes estão devolvendo suas linhas telefônicas. Existe demanda, mas os preços estão acima do poder de renda da população. Outra evidência é a aplicação de multa às operadoras por descumprimento de metas de qualidade. Mais evidências: liderança das operadoras em reclamação junto aos órgãos de defesa do consumidor; manifestações nos meios de comunicação social criticando o reajuste de preços dos serviços.

A Lei Geral de Telecomunicações, de julho de 1997, prevê o prazo de três anos para mudança na política tarifária, com a liberalização dos preços, caso se estabelecesse a efetiva competição na prestação dos serviços de telefonia. Porém, a Anatel continua fixando tarifas, quando a tendência mundial é de preços livres, indicando com esse procedimento as limitações existentes num dos dois pilares do novo modelo de telecomunicações: a competição – o outro pilar é a universalização.

A qualidade das ligações tende a ser no futuro um *commodity*, tendo em vista que a tecnologia disponível fará com que as prestadoras ofereçam basicamente o mesmo padrão de qualidade, abrindo então novas possibilidades para a melhoria da satisfação do cliente e aumentando a participação no mercado por meio da utilização de diferenciais competitivos como preço e qualidade no atendimento.

É possível vislumbrar que a Anatel está enfatizando a sua fiscalização em fatores de qualidade que são importantes, mas que não correspondem necessariamente àqueles que os usuários consideram prioritários como, por exemplo, serviço de manutenção, atendimento e preços.

O cenário-alvo previsto na concepção do novo modelo brasileiro de telecomunicações para este ano de 2003, ainda não foi alcançado, no tocante à qualidade e preço dos serviços, podendo colocar em xeque a eficácia da política pública pertinente, na medida em que as realizações ainda estão distantes das intenções.

No que concerne às limitações do trabalho, menciona-se a indisponibilidade de informações anteriores à privatização, a maioria delas de posse da Telebrás, empresa que está sendo descontinuada e tratando as informações para posteriormente disponibilizá-las ao público em geral. A sonegação ou indisponibilidade de indicadores de qualidade por parte da

³⁹ Objetivo estabelecido na Lei Geral de Telecomunicações.

Telebrás compromete a comparação da performance atual com a anterior à privatização, levando-nos a nos restringir ao período pós-privatização. Outra limitação importante foi a falta de informações por parte da Telemar/PE, até mesmo de sua própria história, em razão da extinção da biblioteca da empresa em Pernambuco, com perda de seu acervo histórico e suposta transferência de documentos para o Museu do Telefone, constituído pela empresa, e cujas informações lá disponíveis não atendem às necessidades de uma pesquisa de natureza semelhante a esta.

Por fim, é importante registrar, com base na literatura revisada, que satisfação de cliente também está relacionada com aspectos subjetivos da natureza humana. Daí por que o nível de exigência e, por via de consequência, de satisfação de clientes, pode diferir na avaliação da prestação de serviços com o mesmo padrão de qualidade. Assim, deve-se levar em conta que os resultados apresentados na pesquisa, embora reflitam um nível de avaliação próximo ao início da faixa de excelência em satisfação, para alguns fatores avaliados, pode haver, em algum grau, influência de aspectos não mensurados.

7 RECOMENDAÇÕES

É recomendável a realização de pesquisa com vistas a identificar quanto, onde e quem financia, em última análise, os altos investimentos no setor de telecomunicações no país, com a antecipação de metas de universalização e com a construção de múltiplas redes paralelas de telecomunicações, pertencentes a diversas operadoras. A multiplicidade de redes pode evitar a customização de investimentos e de utilização, bem como pode agredir o meio ambiente. Observa-se hoje a existência de cabos, fios, sistemas de rádios, torres, etc lançados muitas vezes de forma precária, com possíveis efeitos sociais negativos.

É recomendável, igualmente, no nosso entender, que se empreenda investigação para identificar se há efetivamente alguma articulação consistente entre a política de telecomunicações e a política de desenvolvimento do país, de forma a possibilitar, entre outras coisas, o correto dimensionamento e participação do setor na indução do crescimento, compatibilizando metas setoriais com planos nacionais de desenvolvimento.

8 BIBLIOGRAFIA

- ABRANCHES, Sérgio Henrique Hudson de. *Reforma regulatória: conceitos, experiências e recomendações*. Revista do Serviço Público, Ano 50, Nº 2, abr-jun. 1999.
- ALMEIDA, Paulo Roberto de. *Os Primeiros Anos do Século XXI: O Brasil e as Relações Internacionais Contemporâneas*. São Paulo. Paz e Terra. 2002.
- ANATEL. *Pesquisa de Satisfação de Clientes de Serviços Telefônicos*. Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo e Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Relatório Final. Brasília. 2003.
- COHEN, Ernesto e FRANCO, Rolando. *Avaliação de Projetos Sociais*. Editora Vozes. Rio de Janeiro. Bloch Editora. 1993.
- DANTAS, Edmundo Brandão. *Satisfação do Cliente: um confronto entre a teoria, o discurso e a prática*. UFSC. 2001 (Dissertação de Mestrado).
- EMBRATEL. *Interligando o Brasil ao Infinito: memória histórica da Embratel*. Rio de Janeiro. Léo Christiano Editorial. 1998.
- CAMPOS, Vicente Falconi. *Controle da Qualidade Total no Estilo Japonês*. Editora DG. 1992.

- GIGLIO, Eugenio Antonio Maia e CHAUVEL, Marie Agnes. *Reclamação e Cultura Brasileira: um estudo baseado na análise de cartas de consumidores insatisfeitos à imprensa*. Anais do 26º Enanpad, 2002.
- KOTLER, Philip. *Administração do Marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. São Paulo, Atlas, 1991.
- LAMOUNIER, Bolívar e FIGUEIREDO, Rubens (org). *A era FHC, um balanço*. São Paulo: Cultura Editores Associados. 2002.
- LIMA, Marjori Rosa Souto e NIQUE, Walter Meucci. *As dimensões da Satisfação dos Consumidores no Ambiente Virtual: Uma Avaliação no Varejo*. Anais do 26º Enanpad, 2002.
- MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. Editora Bookman. Porto Alegre. 2001.
- MELO, Marcus André B.C. de e COSTA, Nilson do Rosário. *A difusão das Reformas Neoliberais: análise estratégica, atores e agendas internacionais*. Artigo constante do portfólio da disciplina Políticas Públicas do Mestrado em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste. 2002.
- NICOLAO, Leonardo. *Compreendendo o Arrependimento no Processo de Tomada de Decisão do Consumidor*. Anais do 26º Enanpad, 2002.
- PRADO, Paulo H.M. *Integração da Qualidade Percebida, Resposta Afetiva e Satisfação no Processo de Compra/Consumo de Serviços*. Anais do 26º Enanpad, 2002.
- REZENDE, Flávio. *Os Leviatãs estão Fora de Lugar*. Artigo constante do portfólio da disciplina Políticas Públicas do Mestrado em Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste. 2002.
- ROSSI, Carlos Alberto Vargas. *Estado-da-arte da Pesquisa em Comportamento do Consumidor e Sugestão de um Agenda de Pesquisa Brasileira*. Anais do 19º Enanpad, 1995.
- ROSSI, Carlos Alberto Vargas et all. *Pesquisa de Satisfação de Clientes de Serviços Telefônicos*. Relatório Final. Brasília. 2003.
- SARMENTO, Lourdes Maria Mendonça. *Pequena História da Telefonia em Pernambuco*. Recife, CEPE, 1980.
- SCHULAR, Maria. *Análise Multivariada de Segunda Geração. Tudo o que eu queria saber sobre Lisrel e que os Matemáticos foram herméticos demais para me explicar*. Anais do 19º Enanpad, 1995.
- TIGRE, Paulo Bastos et alii. *Telecomunicações: mudanças tecnológicas e suas implicações econômicas, sociais e institucionais*. Relatório final de pesquisa IEI/Embratel. 1994.

ANEXO 1 – COMPARAÇÃO DA EVOLUÇÃO DO SERVIÇO TELEFÔNICO FIXO COMUTADO POR ESTADO DO NORDESTE

(Milhares de Acessos Instalados)

	(R)	(M)	R/M 2002	(M)	R/M 2005
	Até Dezembro	2002	%	2005	%
BRASIL	49.234,6	45.140,0	109,1	58.000,0	84,9
Região Nordeste	8.618,8	7.277,6	118,4	9.896,7	87,1
Maranhão	658,5	590,1	111,6	898,1	73,3
Piauí	416,5	384,9	108,2	499,3	83,4
Ceará	1.368,4	188,8	724,8	1.589,4	86,1
Rio Grande do Norte	529,7	468,4	113,1	619,9	85,5
Paraíba	567,6	504,1	112,6	715,7	79,3
Pernambuco	1.667,5	1.299,1	128,4	1.661,4	100,4
Alagoas	431,3	410,9	105	568,4	75,9
Sergipe	345,4	288,5	119,7	392,4	88
Bahia	2.634,0	2.142,8	122,9	2.952,1	89,2

Fonte: Ministério das Comunicações

R= Realização

M= Meta

ANEXO 2 – EVOLUÇÃO DA DENSIDADE TELEFÔNICA

(Acessos por 100 habitantes)

	(R)	(M)	R/M 2002			
	Até Dezembro	2002	%	POPULAÇÃO	2005	POPULAÇÃO
BRASIL	28,7	26,3	109,1	166.112.500	32,6	177.043.000
Região Nordeste	17,6	14,9	118,4	47.822.818	19,4	50.861.086
Maranhão	11,5	10,3	111,8	5.576.782	15	5.943.907
Piauí	14,3	13,2	108,2	2.889.500	16,2	3.065.846
Ceará	18,6	16,1	115,4	7.115	20,9	7.544.758
Rio Grande do Norte	18,7	16,5	113,3	2.773.017,00	20,8	2.974
Paraíba	16	14,2	112,7	3.501.684	19,4	3.679.276,00
Pernambuco	21	16,4	128,1	7.814.134	20,2	8.218.246
Alagoas	14,8	14,1	104,8	2.881.379	18,3	3.087.752
Sergipe	19,1	16	119,6	1.734.530	20,8	1.869.591
Bahia	19,1	15,5	122,9	13.536.929	20,3	14.478.080

Fonte: Ministério das Comunicações

ANEXO 3 - VARIAÇÃO ANUAL DE INDICADORES

ANO	IGP-DI	IGP-M	INPC	IPCA
1997	7,48	7,74	4,34	5,23
1998	1,70	1,78	2,49	1,65
1999	19,98	20,10	8,43	8,94
2000	9,81	9,95	5,27	5,97
2001	10,40	10,38	9,44	7,67
2002	26,41	25,31	14,74	12,53

Fonte: Anatel

ANEXO 4 - REAJUSTE ACUMULADO DE ABRIL/1997 A JUNHO/2002

ITEM	VARIAÇÃO (%)
IGP-DI	57,62
Serviço Local	47,52
Longa Distância Nacional – LDN	33,57
Longa Distância Internacional - LDI	-7,57

Fionte: Anatel

Taxa de chamadas de longa distância nacionais originadas não completadas por congestionamento - valor consolidado (Meta de 0%) - Vespertino.										2,92		
Taxa de chamadas de longa distância nacionais originadas não completadas por congestionamento - valor consolidado (Meta de 0%) - Noturno.										4,19		
DAS METAS DE ATENDIMENTO ÀS SOLICITAÇÕES DE REPARO												
Número de solicitações de reparo por 100 acessos (Meta de 0 solicitações).	2,7	2,74										
Taxa de solicitações de reparo por 100 (cem) acessos em serviço (Meta de 3 solicitações).			2,81	3,73	3,52	3,96	4,29	4,16	3,85	4,45	2,89	2,66
Taxa de atendimento de solicitações de reparos de usuários residenciais em até 24 horas (Meta de 95%).			0	0	72,35	70,8	66,87	68,97	76,91	57,89	76,21	90,43
Taxa de atendimento de solicitações de reparos de usuários não residenciais em até 8 horas (Meta de 95%).			0	0	75,41	70,29	65,55	67,78	72,94	59,47	76,4	91,51
Taxa de atendimento de solicitações de reparo de usuários que são prestadores de serviços de utilidade pública em até 2 horas (Meta de 98%).			0	0	100	100	100	100	100	100	NO	NO
DAS METAS DE ATENDIMENTO ÀS SOLICITAÇÕES DE MUDANÇA DE ENDEREÇO												
Taxa de atendimento às solicitações de mudança de endereço de usuários residenciais em até 3 dias úteis (Meta de 95%).			0	0	71,57	67,01	66,93	70,56	72,53	81,29	98,85	87,79
Taxa de atendimento às solicitações de mudança de endereço de usuários não residenciais em até 24 horas (Meta de 95%).			0	0	78,25	64,97	63,1	71,91	74,29	65,75	95,99	84,39
Taxa de atendimento de solicitações de mudança de endereço de usuários que são prestadores de serviços de utilidade públicas em até 6 horas (Meta de 98%).			0	0	100	100	100	100	100	100	NO	NO
DAS METAS DO ATENDIMENTO POR TELEFONE AO USUÁRIO												
Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 92%) - Matutino.			96,07	93,3	91,08	95,32	92,92	96,36	93,8	94,56	89,93	92,59

Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 92%) - Vespertino.			97,37	97,31	95,56	95,36	95,85	98,47	94,45	97,09	95,04	96,17
Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 92%) - Noturno.			0	95,16	98,3	99,04	94,26	95,21	92,2	92,05	96,03	92,39
DAS METAS DE INFORMAÇÃO DO CÓDIGO DE ACESSO DO USUÁRIO												
Taxa de informação do código de acesso do usuário respondida em até 30 segundos (Meta de 95%).			0	0	100	100	100	100	100	100	100	100
DAS METAS DE ATENDIMENTO À CORRESPONDÊNCIA DO USUÁRIO												
Taxa de atendimento à correspondência do usuário respondida em até 5 dias úteis (Meta de 100%).			0	0	95,29	95,75	96,18	100	100	100	100	100
DAS METAS DE EMISSÃO DE CONTAS												
Número de contas com reclamação de erro, na modalidade local, em cada 1000 (mil) contas emitidas (Meta de 4 contas).				0	2,2	1,81	2,61	2,43	2,34	1,36	1,23	1,33
Número de contas com reclamação de erro, na modalidade de Longa Distância Nacional, em cada 1000 (mil) contas emitidas (Meta de 4 contas).				0	1,76	1,08	0,68	0,71	0,5	0,45	0,4	0,54
Taxa de contas contestadas (em cada 100 contas) com crédito devolvido, referentes à modalidade local (Meta de 95%).				0	98,8	96,75	100	95,8	100	98,9	94,6	99,6
Taxa de contas contestadas (em cada 100 contas) com crédito devolvido, referentes à modalidade Longa Distância Nacional (Meta de 95%).				0	95,4	95,4	97,6	98,3	100	99	95,6	95,6
Legenda	Meta cumprida			Meta não cumprida				NA: Não aplicável NO: Não houve ocorrência				
Fonte: Anatel												

**ANEXO 6 – PLANO GERAL DE METAS DE QUALIDADE 2001 DA TELEMAR/PE
(%)**

Plano Geral de Metas de Qualidade(PGMQ) Janeiro a Dezembro de 2001 - Setor 8	Plano Geral de Metas de Qualidade(PGMQ) Janeiro a Dezembro de 2001											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
DAS METAS DE QUALIDADE DO SERVIÇO												
Taxa de obtenção do sinal de discar com tempo máximo de espera de 3 segundos (Meta de 98%) - Matutino.	99,12	99,81	98,41	99,48	99,78	99,92	99,83	99,93	99,79	99,92	99,84	99,65
Taxa de obtenção do sinal de discar com tempo máximo de espera de 3 segundos (Meta de 98%) - Vespertino.	99,73	99,85	99,27	99,49	99,81	99,93	99,85	99,96	99,85	99,91	99,84	99,92
Taxa de obtenção do sinal de discar com tempo máximo de espera de 3 segundos (Meta de 98%) - Noturno.	99,88	99,81	99,17	99,48	99,73	99,96	99,85	100	99,84	99,94	99,82	99,94
Taxa de chamadas locais originadas completadas (Meta de 60%) - Matutino.	59	60	55	59	57	59	60,34	60,12	60,22	60,97	62,7	64,44
Taxa de chamadas locais originadas completadas (Meta de 60%) - Vespertino.	60	60,98	58	60	58	60,31	61,15	61,72	61,06	61,22	66,24	67,16
Taxa de chamadas locais originadas completadas (Meta de 60%) - Noturno.	62,41	62,81	61,54	62,47	60	58	60,4	60,04	60,13	60,05	63,71	63,62
Taxa de chamadas locais originadas não completadas por congestionamento (Meta de 6%) - Matutino.	4,62	5,11	8,3	2,63	5,51	2,29	1,1	2,65	2,11	2,23	2,81	1,35
Taxa de chamadas locais originadas não completadas por congestionamento (Meta de 6%) - Vespertino.	4,19	4,17	6,1	2,44	5,6	1,77	1	1,15	0,93	0,41	0,56	0,49
Taxa de chamadas locais originadas não completadas por congestionamento (Meta de 6%) - Noturno.	3,49	3,23	3,28	2,38	5,27	1	1,35	1,27	0,93	0,37	0,67	0,61
Taxa de chamadas de longa distância nacional originadas completadas - valor consolidado (Meta de 60%) - Matutino.	65,47	63,9	61,56	63,81	63,99	65,45	65,53	66,2	64,42	64,82	60,56	61,62
Taxa de chamadas de longa distância nacional originadas completadas - valor consolidado (Meta de 60%) - Vespertino.	64,2	68,55	66,99	66,2	65,98	67,76	66,24	67,94	67,06	67,77	63,11	66,2
Taxa de chamadas de longa distância nacional originadas completadas - valor consolidado (Meta de 60%) - Noturno.	60	62,44	60,97	60,2	61,88	62,73	61,96	60	63,75	62,74	61,59	62,39
Taxa de chamadas de longa distância nacionais originadas não completadas por congestionamento - valor consolidado (Meta de 6%) - Matutino.	4,52	4,41	6,5	3,76	4,17	3,38	3,43	3,7	5,59	3,87	2,07	1,58

Taxa de chamadas de longa distância nacionais originadas não completadas por congestionamento - valor consolidado (Meta de 6%) - Vespertino.	3,84	2,91	3,11	2,39	3,43	1,88	3,74	3,1	4,84	3,39	3,11	0,95
Taxa de chamadas de longa distância nacionais originadas não completadas por congestionamento - valor consolidado (Meta de 6%) - Noturno.	5,66	4,49	3,8	4,44	3,82	2,93	3,83	5,1	4,42	6,7	1,91	2,64
DAS METAS DE ATENDIMENTO ÀS SOLICITAÇÕES DE REPARO												
Taxa de solicitações de reparo por 100 (cem) acessos em serviço (Meta de 3 solicitações).	3	1,96	3,1	2,37	2,78	2,94	5,4	4,8	3,4	6	4,4	4,5
Taxa de atendimento de solicitações de reparos de usuários residenciais em até 24 horas (Meta de 95%).	95,22	95,77	95	98,49	97,41	95,14	95,11	96,74	96,2	95,49	99,35	97,19
Taxa de atendimento de solicitações de reparos de usuários não residenciais em até 8 horas (Meta de 95%).	93	95,21	95,41	98,61	97,4	95,26	95,17	96,15	96,47	95	98,57	97,95
Taxa de atendimento de solicitações de reparo de usuários que são prestadores de serviços de utilidade pública em até 2 horas (Meta de 98%).	NO	NO	NO	NO	NO	98,21	NO	98,24	100	98,3	100	100
DAS METAS DE ATENDIMENTO ÀS SOLICITAÇÕES DE MUDANÇA DE ENDEREÇO												
Taxa de atendimento às solicitações de mudança de endereço de usuários residenciais em até 3 dias úteis (Meta de 95%).	83	98,49	97,3	97,07	97,65	95,88	97,77	98,71	97,81	96,38	98,57	97,02
Taxa de atendimento às solicitações de mudança de endereço de usuários não residenciais em até 24 horas (Meta de 95%).	88	93	96,43	91	95,4	95,46	95,88	97,63	96,08	91	97,86	98,35
Taxa de atendimento de solicitações de mudança de endereço de usuários que são prestadores de serviços de utilidade públicas em até 6 horas (Meta de 98%).	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
DAS METAS DO ATENDIMENTO POR TELEFONE AO USUÁRIO												
Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 92%) - Matutino.	90	83	77	90	94,42	98,04	97,16	96,89	97,43	94,84	89	96,68

Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 92%) - Vespertino.	94,14	92,62	73	96,83	94,62	98,56	97,78	96,04	97,3	97,34	94,62	98,89
Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 92%) - Noturno.	94,67	80	77	87	93,34	98,32	97,44	96,01	97,56	96,88	97,36	98,54
DAS METAS DE INFORMAÇÃO DO CÓDIGO DE ACESSO DO USUÁRIO												
Taxa de informação do código de acesso do usuário respondida em até 30 segundos (Meta de 95%).	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DAS METAS DE ATENDIMENTO À CORRESPONDÊNCIA DO USUÁRIO												
Taxa de atendimento à correspondência do usuário respondida em até 5 dias úteis (Meta de 100%).	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DAS METAS DE EMISSÃO DE CONTAS												
Número de contas com reclamação de erro, na modalidade local, em cada 1000 (mil) contas emitidas (Meta de 4 contas).	1,21	0,99	1,52	1,76	2,1	3,76	3,62	4,7	4,4	4,3	3,43	2,54
Número de contas com reclamação de erro, na modalidade de Longa Distância Nacional, em cada 1000 (mil) contas emitidas (Meta de 4 contas).	0,37	0,27	0,63	0,7	1,02	1,2	1,66	2,45	2,41	2,23	2,06	1,28
Taxa de contas contestadas (em cada 100 contas) com crédito devolvido, referentes à modalidade local (Meta de 95%).	100	82	99,5	99,5	98,5	99,2	97,3	100	100	100	99,9	97,4
Taxa de contas contestadas (em cada 100 contas) com crédito devolvido, referentes à modalidade Longa Distância Nacional (Meta de 95%).	100	88	98,2	100	98,5	98,8	98,6	100	100	99,8	100	99,6
Legenda	Meta cumprida Meta não cumprida NA: Não aplicável NO: Não houve ocorrência											

Fonte: Anatel

**ANEXO 7 – PLANO GERAL DE METAS DE QUALIDADE 2002 DA TELEMAR/PE
(%)**

TELEMAR/PE - Setor 8 Modalidade: Local - Contrato: Concessão	Plano Geral de Metas de Qualidade(PGMQ) Janeiro a Dezembro de 2002											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
DAS METAS DE QUALIDADE DO SERVIÇO												
Taxa de obtenção do sinal de discar com tempo máximo de espera de 3 segundos (Meta de 98%) - Matutino.	99,9	99,66	99,66	99,91	99,78	99,98	99,97	99,98	99,98	99,42	99,4	99,43
Taxa de obtenção do sinal de discar com tempo máximo de espera de 3 segundos (Meta de 98%) - Vespertino.	99,91	99,73	99,73	99,89	99,82	99,97	99,98	99,98	99,98	99,45	99,52	99,64
Taxa de obtenção do sinal de discar com tempo máximo de espera de 3 segundos (Meta de 98%) - Noturno.	99,94	99,93	99,93	99,93	99,74	99,99	100	99,99	100	99,91	99,99	99,99
Taxa de chamadas locais originadas completadas (Meta de 65%) - Matutino.	63,27	63,26	65,01	65,48	65,06	57,74	63,81	66,11	66,09	65,09	65,08	65,61
Taxa de chamadas locais originadas completadas (Meta de 65%) - Vespertino.	66,52	67,89	68,25	67,8	67,01	66,03	65,79	67,41	68,43	68,69	68,17	68,16
Taxa de chamadas locais originadas completadas (Meta de 65%) - Noturno.	63,53	65,03	67,31	65,47	64,36	64,33	62,45	65,03	65,74	65,77	65,05	65,16
Taxa de chamadas locais originadas não completadas por congestionamento (Meta de 5%) - Matutino.	2,29	3,22	1,04	0,58	0,61	1,21	1,69	0,37	0,39	0,36	0,38	0,65
Taxa de chamadas locais originadas não completadas por congestionamento (Meta de 5%) - Vespertino.	1,67	0,7	0,78	0,59	0,3	0,89	1	0,31	0,31	0,39	0,29	0,41
Taxa de chamadas locais originadas não completadas por congestionamento (Meta de 5%) - Noturno.	1,74	0,42	0,53	0,55	0,22	1,07	1,03	0,25	0,27	0,18	0,22	0,92
Taxa de chamadas de longa distância nacional originadas completadas - valor consolidado (Meta de 65%) - Matutino.	62,24	64,45	62,78	62,85	61,13	61,61	63,34	65,02	64,08	66,9	67,91	67,64
Taxa de chamadas de longa distância nacional originadas completadas - valor consolidado (Meta de 65%) - Vespertino.	65,25	67,86	66,04	67,11	66,71	66,67	60,68	67,32	69,32	69,34	70,99	72,23
Taxa de chamadas de longa distância nacional originadas completadas - valor consolidado (Meta de 65%) - Noturno.	61,51	63,46	64,85	65,3	65,39	66,68	63,11	65,68	65,2	65,09	66,97	65,07

Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 93%) - Matutino.	98,14	97,51	98,87	99,13	99,24	99,04	96,71	99,18	99,23	99,42	99,32	93,84
Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 93%) - Vespertino.	97,34	99,21	99,17	99,41	97,19	99,16	94,2	99,31	98,85	99,06	99,35	99,36
Taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos (Meta de 93%) - Noturno.	96,36	97,77	99,38	99,34	99,21	99,49	98,91	99,17	99,07	99,42	99,6	98,94
DAS METAS DE INFORMAÇÃO DO CÓDIGO DE ACESSO DO USUÁRIO												
Taxa de informação do código de acesso do usuário respondida em até 30 segundos (Meta de 96%).	100	100	100	99,31	97,26	97,12	97,37	96,57	96,18	96,48	96,92	97,79
DAS METAS DE ATENDIMENTO À CORRESPONDÊNCIA DO USUÁRIO												
Taxa de atendimento à correspondência do usuário respondida em até 5 dias úteis (Meta de 100%).	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DAS METAS DE EMISSÃO DE CONTAS												
Número de contas com reclamação de erro, na modalidade local, em cada 1000 (mil) contas emitidas (Meta de 3 contas).	3,09	2,12	2,4	2,52	2,65	5,35	6,43	3,86	2,72	3,26	3,87	5,08
Número de contas com reclamação de erro, na modalidade de Longa Distância Nacional, em cada 1000 (mil) contas emitidas (Meta de 3 contas).	1,32	0,96	0,93	0,98	1,21	3,22	2,97	1,65	0,87	0,84	0,67	0,83
Taxa de contas contestadas (em cada 100 contas) com crédito devolvido, referentes à modalidade local (Meta de 96%).	100	100	100	99,7	100	99,8	99,9	99,7	100	99,7	100	99,8
Taxa de contas contestadas (em cada 100 contas) com crédito devolvido, referentes à modalidade Longa Distância Nacional (Meta de 96%).	100	100	100	100	100	99,94	99,9	99,7	100	99,8	100	99,6
Legenda	Meta cumprida			Meta não cumprida			NA: Não aplicável NO: Não houve ocorrência					

Fonte: Anatel

ANEXO 8

	Agência Nacional de Telecomunicações Assessoria de Imprensa Atendimento aos Jornalistas Fones: (61) 312-2110 / 2242 / 2745 / 2394 / 2150 / 2580 / 2404 Fax: (61) 312-2726 - E-mail: imprensa@anatel.gov.br	
---	--	---

Brasília, 11 de março de 2003

TITO: “A EVOLUÇÃO DA TELEFONIA FIXA ESBARROU NO NÍVEL DE RENDA DA POPULAÇÃO”

“O problema da oferta de telefones fixos foi resolvido no Brasil. O que tem de ser feito a partir de agora é aumentar a demanda aumentando o nível de renda da população”, destacou o conselheiro Luiz Tito Cerasoli da Agência Nacional de Telecomunicações – **Anatel** Luiz Tito Cerasoli durante a abertura do Terceiro Seminário de Direito de Telecomunicações nesta terça-feira, dia 11. O evento tem como tema “A prorrogação dos contratos de concessão do STFC e os novos condicionamentos” e está sendo realizado no Hotel Mercure.

Para Cerasoli, a alta carga tributária que incide sobre os serviços de telecomunicações é um outro problema que deve ser resolvido a curto prazo. Isso faria com que os preços caíssem significativamente. “A questão da alta tributação está mais na esfera estadual e isso precisa ser resolvido para que as tarifas públicas diminuam.”

A médio prazo a proposta é instalar, definitivamente, a competição na telefonia fixa e a longo prazo, o problema do acesso aos serviços de telecomunicações, seria resolvido com o aumento da renda da população. “A evolução dos serviços de telefonia no Brasil esbarrou na baixa renda da população”, enfatizou.

O procurador-geral da Agência, Antônio Domingos Bedran também participou da abertura do seminário e fez um breve pronunciamento sobre a prorrogação dos contratos de concessão que, em sua opinião, é um assunto de grande relevância jurídica. O procurador-geral disse, ainda, que a universalização e a competição são os principais alvos da Agência no momento da prorrogação dos contratos de concessão e que a alta carga tributária brasileira onera os serviços de telecomunicações dificultando o acesso aos serviços por diversas camadas da sociedade.

	Agência Nacional de Telecomunicações Assessoria de Imprensa <u>Atendimento aos Jornalistas</u> Fones: (61) 312-2110 / 2242 / 2745 / 2394 / 2150 / 2580 / 2404 Fax: (61) 312-2726 - E-mail: imprensa@anatel.gov.br	
---	---	---

“A Agência reguladora e o Ministério das Comunicações estão atentos e procurando, já na prorrogação dos contratos, encontrar mecanismos capazes de ampliar cada vez mais a universalização e fazer com que haja mais competição entre os prestadores de serviços de telecomunicações”, ressaltou.

O consultor jurídico do Ministério das Comunicações Erasto Villa-Verde de Carvalho Filho também defendeu o estabelecimento de novos parâmetros que dêem garantias à sociedade e que não refreiem os avanços tecnológicos. “Nesse momento em que discutimos a prorrogação precisamos ter em mente que todas essas discussões são apontadas no sentido da universalização para que esse bem, que não é um artigo de luxo, seja acessível a todos os cidadãos”, disse.

Assessoria de Imprensa – **Anatel**

ANEXO 9 – ANATEL MULTA TELPE POR DESCUMPRIMENTO DE METAS DE QUALIDADE

	Agência Nacional de Telecomunicações - APC Assessoria de Imprensa <u>Atendimento aos Jornalistas</u> Fones: (61) 312-2110 / 2422 / 2745 / 2394 / 2150 / 2580 / 2404 Fax: (61) 312-2726 - E-mail: imprensa@anatel.gov.br	
---	---	---

Brasília, 1º abril de 2003

ANATEL MULTA TELPE E CTBC POR DESCUMPRIMENTO DE METAS DE QUALIDADE

A Agência Nacional de Telecomunicações – **Anatel** multou as operadoras do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC) Telecomunicações de Pernambuco S.A. (Telpe) e Companhia de Telecomunicações do Brasil Central S.A. (CTBC) pelo não cumprimento de indicadores do Plano Geral de Metas de Qualidade (PGMQ) em 2000. A decisão do Conselho Diretor da Agência foi publicada no Diário Oficial da União (DOU) da última sexta-feira, dia 28 de março.

A Telpe, subsidiária da *holding* Telemar, foi multada em R\$ 12.224,44 por não cumprir, de julho a setembro de 2000, a taxa de número de solicitações de reparos por 100 acessos do STFC (artigo 9 do PGMQ).

O descumprimento da taxa de atendimento à correspondência do usuário respondida em até cinco dias úteis (artigo 31 do PGMQ), em maio de 2000, rendeu à CTBC, prestadora do Triângulo Mineiro e parte de São Paulo, Mato Grosso do Sul e Goiás, multa de R\$ 509,00.

A decisão do Conselho Diretor da **Anatel** é definitiva e nega provimento a novos pedidos de reconsideração apresentados pelas empresas.

Assessoria de Imprensa – **Anatel**

ANEXO 10 - ANATEL MULTA EMBRATEL POR DESCUMPRIMENTO DE METAS DE QUALIDADE

	Agência Nacional de Telecomunicações Assessoria de Imprensa Atendimento aos Jornalistas Fones: (61) 312-2110 / 2242 / 2745 / 2394 / 2150 / 2580 / 2404 Fax: (61) 312-2726 - E-mail: imprensa@anatel.gov.br	
---	--	---

Brasília, 31 de janeiro de 2003

ANATEL MULTA EMBRATEL EM R\$ 4,9 MILHÕES E TELERJ EM R\$ 55 MIL POR DESCUMPRIREM PGMQ

A Agência Nacional de Telecomunicações – **Anatel** multou a Embratel em R\$ 4.973.366,00 por não ter cumprido o indicador “Número de contas com reclamação de erro em cada mil contas emitidas”, prevista no Artigo 36 do Plano Geral de Metas de Qualidade do Serviço Telefônico Fixo Comutado (PGMQ/STFC). A decisão, que encerra um Procedimento de Apuração por Descumprimento de Obrigações (Pado) instaurado em 2000, foi publicada no Diário Oficial da União (DOU) desta sexta-feira, dia 31.

A empresa havia descumprido o mesmo indicador nos meses de janeiro a março de 2000, para o qual não recebeu sanção da Agência. Em abril do mesmo ano a Embratel foi advertida por não cumprir o índice e em maio a empresa foi multada. A prestadora, que tem concessão para prestar o STFC nas modalidades Longa Distância Nacional (LDN) e Internacional (LDI), já recorreu a todas as instâncias não mais cabendo recursos na esfera administrativa. Essa foi a multa mais alta aplicada pela **Anatel** relativa ao descumprimento de um único indicador do PGMQ.

A Agência multou ainda a Telemar Norte Leste (atual denominação da Telerj), concessionária do STFC no Setor 1 do Plano Geral de Outorgas (PGO), por não cumprir em junho de 2000 o indicador “Taxa de atendimento às solicitações de reparos de usuários não residenciais em até 8 horas” (Artigo 11 do PGMQ) que não poderia exceder 95% dos casos a partir de 31 de dezembro de 1999. A empresa foi multada em R\$ 55.071,45 e o resultado do Pado, instaurado também em 2000, foi publicado no DOU desta sexta-feira.

Os despachos com as multas aplicadas à Embratel e à Telerj são assinados pelo presidente da **Anatel**, Luiz Guilherme Schymura de Oliveira.

Assessoria de Imprensa - **Anatel**