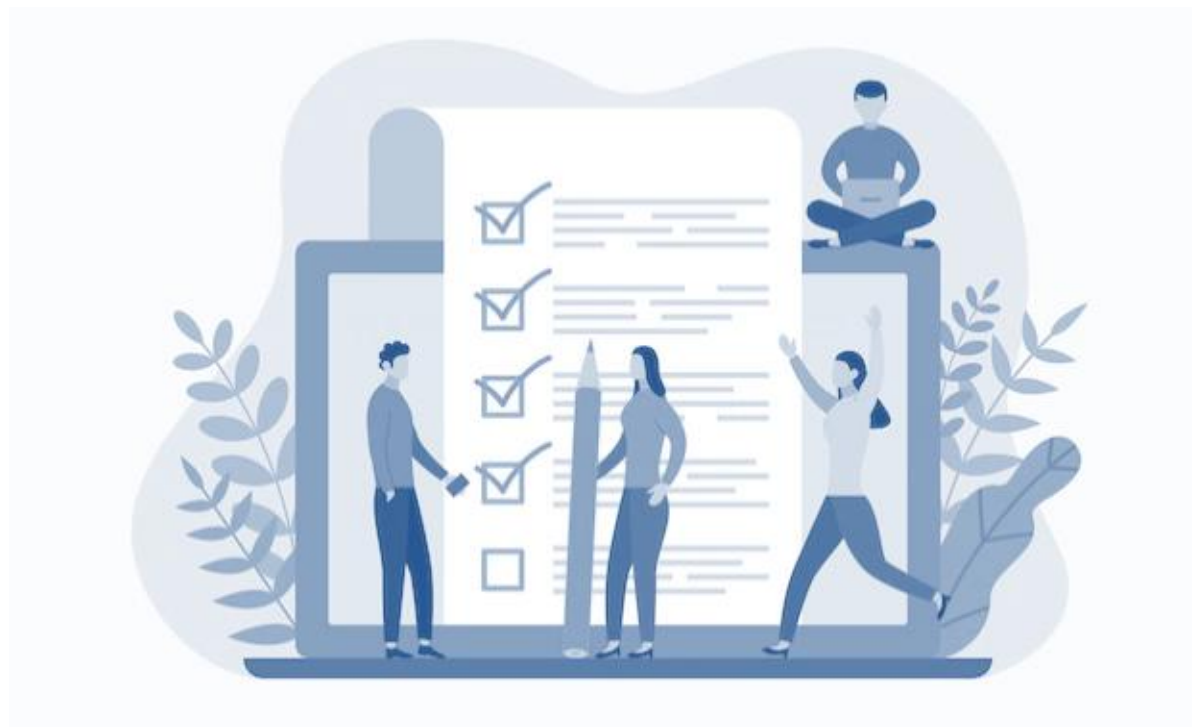


Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida 2021

Relatório Executivo



SUMÁRIO

Sumário	2
Introdução	3
Resumo Executivo.....	4
Notas Metodológicas	5
1. Banda Larga Fixa	8
2. Telefonia Móvel Pós-paga.....	11
3. Telefonia Móvel Pré-paga.....	14
4. Telefonia Fixa.....	17
5. TV por Assinatura.....	20
6. Padrões de Uso da Internet Fixa e do Celular	23
7. Considerações finais	25
Anexo I - Índices de Satisfação e de Qualidade Nacionais (por serviço e operadora) .	26
Anexo II - Índices de Satisfação (por serviço, estado e operadora, ordenados do maior para o menor).....	28
Anexo III – Ranqueamento das Operadoras (por serviço e estado, com base no índice de satisfação geral).....	33



SAUS QUADRA 06 BLOCOS C, E, F E H
CEP 70070-940 BRASÍLIA/DF

Presidente Substituto

Wilson Diniz Wellisch

Conselho Diretor

Emmanoel Campelo de Souza Pereira

Moisés Queiroz Moreira

Carlos Manuel Baigorri

Vicente Bandeira de Aquino Neto

Superintendência de Relações com Consumidores (SRC)

Elisa Vieira Leonel | Superintendente

Gerência de Interações Institucionais, Satisfação e Educação para o Consumo (RCIC)

Fábio Lúcio Koleski | Gerente

Alexandre Magnus Queiroz Gameiro | Coordenador

Priscila Machado Reguffe Dias

João Victor Melo Correa Mendes (estagiário)

MARÇO/2022

INTRODUÇÃO

O presente relatório visa apresentar, de maneira consolidada, os principais destaques em relação aos resultados da Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida de 2021, cuja execução é coordenada pela Superintendência de Relações com os Consumidores (SRC).

Nesse contexto, além de prover subsídios à atuação da própria SRC, as análises visam contribuir para o planejamento e execução das demais atividades da Anatel, em especial as relacionadas a acompanhamento e controle, a fiscalização e a regulamentação.

Esta atividade se enquadra nas competências regimentais da SRC e da Gerência de Interações Institucionais, Satisfação e Educação para o Consumo (RCIC), dispostas nos incisos I, III e VIII do art. 160 do Regimento Interno da Anatel (RIA), aprovado pela [Resolução nº 612, de 29 de abril de 2013](#).

SOBRE ESTE RELATÓRIO

O documento inicia com um resumo executivo contendo os principais destaques da Pesquisa e segue com os aspectos gerais da metodologia. Em seguida, apresenta os resultados exploratórios mais detalhados por serviço. Ao fim do relatório, uma série de tabelas possibilita a consulta rápida das notas de Satisfação Geral em nível nacional e estadual, bem como a comparação entre as prestadoras. De forma geral, as análises têm foco em aspectos que merecem mais atenção do ponto de vista de eventuais ações regulatórias e análises posteriores.

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

A base metodológica da pesquisa é explicada e detalhada em relatório específico para permitir maior aprofundamento dos interessados, disponível no [Sistema Eletrônico de Informações \(SEI\) da Anatel, processo 53500.090657/2021-19](#).

Na [página da Pesquisa no Portal da Anatel](#), é possível ter acesso às tabelas com os resultados consolidados e aos relatórios descritivos produzidos pela empresa pesquisadora, separados por serviço e ano. Nas tabelas é possível consultar todos os resultados da pesquisa, por serviço, estado e prestadora.

Também são disponibilizados os microdados das entrevistas no [Portal Brasileiro de Dados Abertos](#). A partir da página de [Painéis de Dados da Anatel](#) também é possível consultar os rankings das prestadoras por indicador, estado e ano, bem como a evolução e detalhes das notas dos indicadores, além de informações sociodemográficas desde o ano de 2015.

Em relação aos dados, gráficos e tabelas apresentados ao longo do relatório, as informações têm como fonte os resultados da edição de 2021 da Pesquisa de Satisfação e de Qualidade Percebida. Quando não for este o caso, a fonte será explicitada.



RESUMO EXECUTIVO

Entre os principais pontos a serem destacados nos resultados da pesquisa no ano de 2021, encontram-se os seguintes, que serão detalhados nos blocos de cada serviço:

- Os consumidores que se declaram, em média, mais satisfeitos com suas prestadoras são os da **telefonía celular pré-paga**, seguidos pelos consumidores de **telefonía celular pós-paga**. Já os consumidores que se declaram menos satisfeitos são os da **banda larga fixa**.
- O índice **pior** avaliado, em todos os serviços, foi Qualidade do Atendimento Telefónico.
- Nos serviços fixos, a satisfação do consumidor é explicada, de forma relevante, pela Qualidade do Funcionamento.
- A Qualidade do Atendimento Telefónico é relevante para a satisfação dos consumidores da telefonía pré-paga, da telefonía fixa e da TV por assinatura.
- A Qualidade da Informação ao Consumidor é relevante na telefonía móvel (pré e pós) e na banda larga fixa.
- Prestadoras de pequeno porte obtiveram as maiores notas de Satisfação Geral nos serviços fixos.
- Identificou-se alto uso de aplicações que demandam qualidade de rede, tais como: 2 em cada 3 usuários de telefonía móvel pré-paga fazem chamadas de vídeo e 80% dos usuários da banda larga fixa assistem filmes online.

Ressalta-se que devido às alterações na metodologia, aprovadas na última versão do Manual de Aplicação, os resultados de 2021 não serão comparados com os dos anos anteriores. Considera-se o início de uma nova série histórica.






Índices						
Satisfação Geral	6,88	7,39	7,82	7,37	7,13	
Qualidade Percebida	Informação	6,72	7,02	7,46	6,87	6,55
	Funcionamento	7,20	7,45	7,53	8,16	8,19
	Cobrança ou Recarga	7,95	8,03	7,66	7,86	7,89
	Atendimento Telefónico	6,38	6,28	6,66	6,62	6,43
	Atendimento Digital	6,65	7,01	7,36	6,79	6,47

Tabela 1 - Notas média nacionais de Satisfação Geral e de Qualidade Percebida 2021, por serviço.

NOTAS METODOLÓGICAS

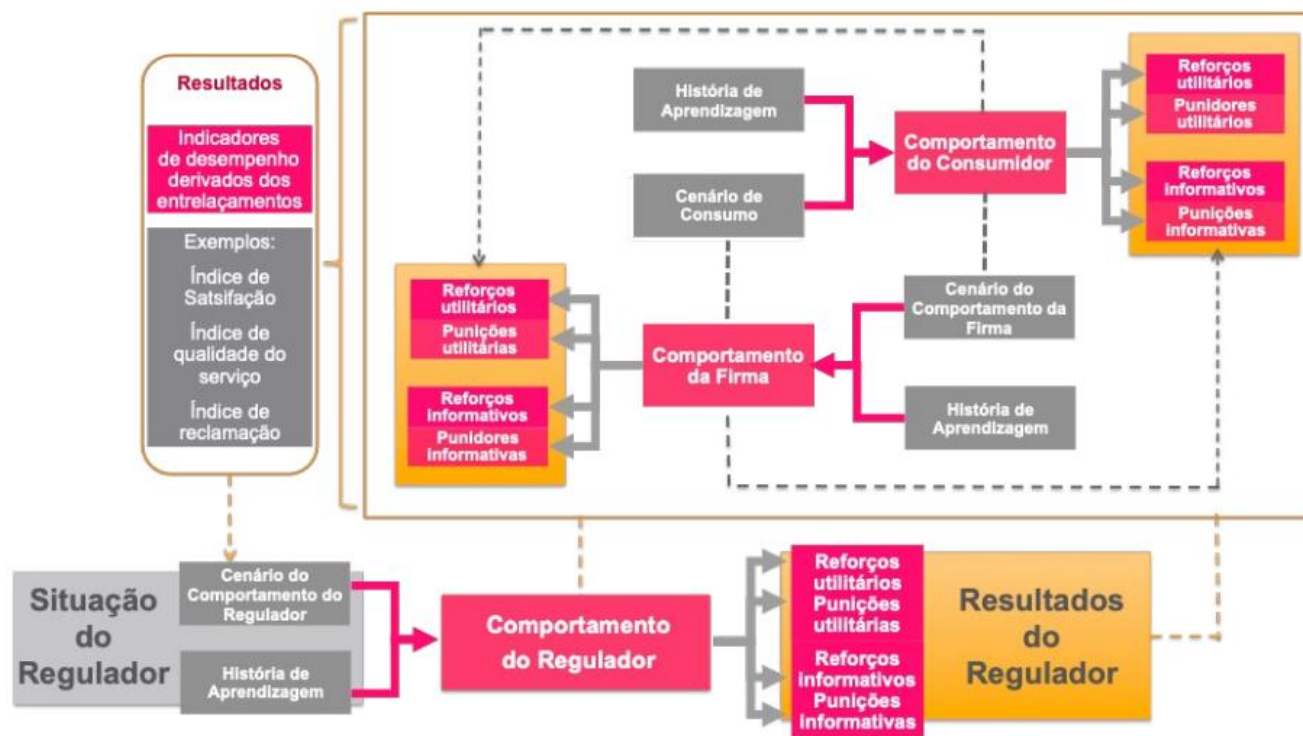


Figura 1 - Esquemática do modelo teórico metodológico proposto pelo IBICT. ¹

A Pesquisa foi realizada sob a égide do Regulamento das Condições de Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida Junto aos Usuários de Serviços de Telecomunicações ([Resolução nº 654, de 13 de julho de 2015](#)) e o seu [Manual de Aplicação](#) para Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida Junto aos Usuários de Serviços de Telecomunicações - aprovado pelo Despacho Decisório nº 2/2021/SEI/RCIC/SRC, de 26 de fevereiro de 2021 (SEI [6590911](#)).

A partir de 2021, a Pesquisa passa a se inserir no modelo para análise de relações de consumo em serviços de telecomunicações (Figura 1) proposto pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT)², e que integra,

a partir de um mesma abordagem teórico-metodológica, análises do comportamento no nível do consumidor, das operadoras de serviços de telecomunicações e de entidades reguladoras.

A proposta para o modelo de Pesquisa realizado a partir de 2021, considerou também a avaliação das dimensões apresentadas no quadro da Figura 2, cujo resultado se dá pelos respectivos índices de satisfação e de qualidade

DIMENSÕES DA SATISFAÇÃO E DA QUALIDADE PERCEBIDA

Satisfação Geral do Consumidor - Avaliação do consumidor acerca do resultado de sua relação de consumo junto a determinada prestadora, considerando-se determinado período de tempo.

Qualidade da Informação ao Consumidor - Nível da prestação de informações ao longo do relacionamento consumidor-operadora.

Qualidade do Funcionamento - Avaliação das condições críticas de acesso, fruição e retenção, a depender do serviço.

Qualidade da Cobrança - Avaliação sobre características da atividade de cobrança, envolvendo coerência, clareza e conveniência.

Qualidade do Serviço de Recarga - Avaliação da recarga quanto aos critérios de compatibilidade entre créditos cobrados e créditos consumidos e de clareza nas informações apresentadas sobre o consumo de créditos de recarga.

Qualidade do Atendimento ao Cliente - Avaliação acerca de aspectos relacionados ao processo e ao resultado do atendimento nos canais utilizados. A dimensão pode ser unifatorial ou formada por dois fatores: **Qualidade do Atendimento ao Cliente via Atendimento Telefônico (QAT)** e **Qualidade do Atendimento ao Cliente via Canais Digitais (QAD)**, a depender dos resultados do cálculo dos indicadores, conforme consta no Manual de Aplicação da Pesquisa.

Para atender a necessidade do Índice de Qualidade Percebida (IQP), de que trata o RQUAL (Regulamento de Qualidade dos Serviços de Telecomunicações), e considerando que a satisfação geral e a qualidade percebida são funcionalmente semelhantes, conforme indica o estudo referenciado, o índice resultante da avaliação da dimensão de Satisfação Geral ganha relevo como **o principal indicador da Pesquisa** e será utilizado para composição do Selo de Qualidade.

Os demais índices de qualidade são usados para compreensão e análise da relação de consumo, além da possibilidade de mensurar o impacto das dimensões de qualidade na Satisfação Geral.

As inovações inseridas na Pesquisa a partir de 2021, contribuem ainda:

- Para que ela possua um maior rigor teórico, a partir dos estudos já citados;
- Para incrementar a compreensão do que influencia na satisfação do consumidor, por meio da Modelagem de Equações Estruturais (MEE) utilizada no cômputo dos resultados dos índices de Qualidade Percebida Parciais (IQPPs, tais como Qualidade do Funcionamento e do Atendimento, por exemplo);
- Melhor entendimento do comportamento do consumidor, tanto pelas relações entre os IQPPs e o ISG (Índice de Satisfação Geral), quanto para atualização do questionário no sentido de melhor aferir – para banda larga fixa e móvel – os padrões de uso dos consumidores.

Figura 2 - Dimensões de satisfação e de qualidade percebida.

¹ Fonte: Relatório Técnico 1 – Comportamento & Consumo: Caminhos para Entender o Comportamento do Consumidor de Serviços de Telecomunicações, disponível no Sistema Eletrônico de Informações (SEI) da Anatel, processo nº [53500.018125/2018-59](#), documento nº [4876712](#).

² Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), no âmbito da parceria firmada por termo de execução descentralizada para realização de estudos, pesquisas e gestão de dados, com foco nas relações de consumo.

UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA

As amostras de entrevistados foram definidas de forma a refletir a percepção de qualidade e o grau de Satisfação Geral do universo total de usuários de serviços de telecomunicações considerando as prestadoras participantes da Pesquisa em cada Unidade da Federação (UF).

Na edição de 2021 foram pesquisadas as empresas: Algar, Brisnet, Claro³, Mob, Oi, Sky, Tim, Unifique e Vivo. Foram realizadas 81.849 entrevistas pela empresa Kantar TNS entre 12 de julho e 9 de dezembro de 2021. A Anatel definiu os entrevistados em sorteio aleatório, a partir das bases de consumidores encaminhadas por cada prestadora, conforme apresentado na Tabela 2.

Apesar do plano amostral conter 471 estratos, quatro estratos não foram finalizados. Da mesma forma, foram realizadas efetivamente 82.426 entrevistas, mas desconsiderando os estratos não finalizados apenas 81.849 foram consideradas na análise dos resultados. A empresa pesquisadora para estes estratos tentou toda a base de clientes e não obteve o quantitativo de entrevistas necessárias para garantir a margem de erro e confiabilidade da pesquisa.

Informações mais detalhadas sobre a metodologia podem ser consultadas no relatório metodológico da Pesquisa 2021, disponível no [Sistema Eletrônico de Informações \(SEI\) da Anatel, processo 53500.090657/2021-19](#).

SERVIÇO	UF	PRESTADORAS	ESTRATOS	ENTREVISTAS
Banda Larga Fixa	27	9	96	22.077
Telefonia Fixa	27	6	76	13.020
Telefonia Móvel (pós-paga)	27	5	109	16.502
Telefonia Móvel (pré-paga)	27	5	111	17.538
TV por Assinatura	25	5	79	13.566
TOTAL	--	--	471	82.703

Tabela 2 - Resumo do plano amostral por serviço (entrevistas estimadas antes da realização da Pesquisa).

³ Observa-se que a partir de 2021 a prestadora Net, Nextel e Claro foram pesquisadas apenas como Claro. A Anatel entende que o prazo decorrido entre o processo de fusão destas empresas e a

realização desta edição da Pesquisa foi suficiente para que os consumidores tomassem conhecimento da alteração e consolidação das marcas sob a Claro.

1. BANDA LARGA FIXA

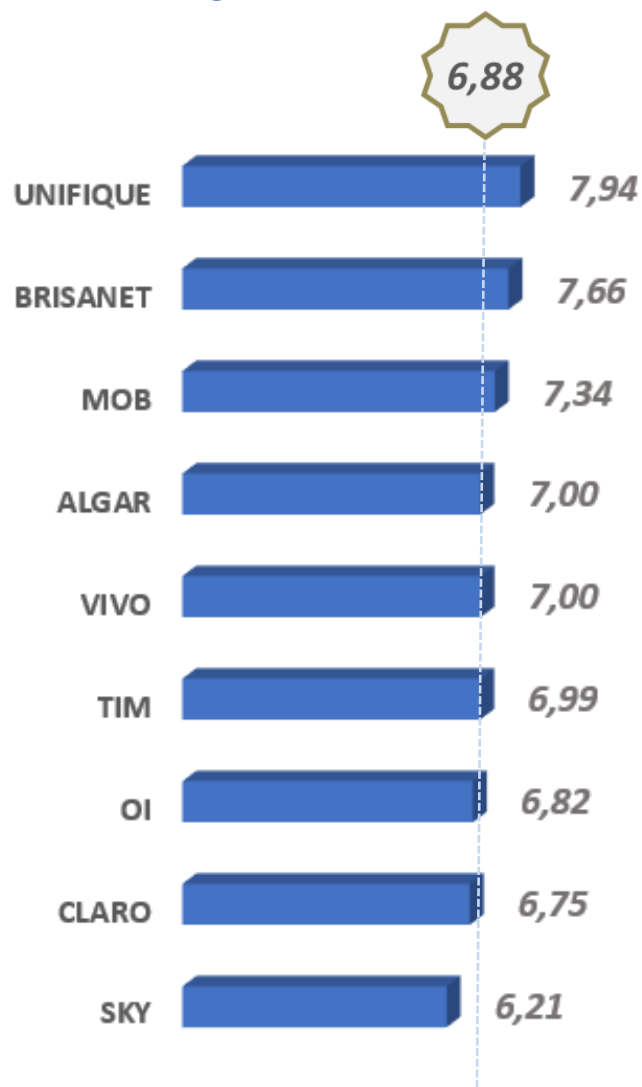


Figura 3 – Notas médias nacionais do ISG para o serviço e as operadoras.

A média nacional do Índice de Satisfação Geral (ISG) fechou o ano de 2021 em 6,88 (Figura 3), sendo o serviço com os consumidores menos satisfeitos, na comparação com os demais serviços pesquisados.

Em relação aos Índices de Qualidade Percebida (Figura 4), o melhor avaliado pelos consumidores foi o de Cobrança e aquele com a menor percepção de qualidade foi o associado ao Atendimento Telefônico.

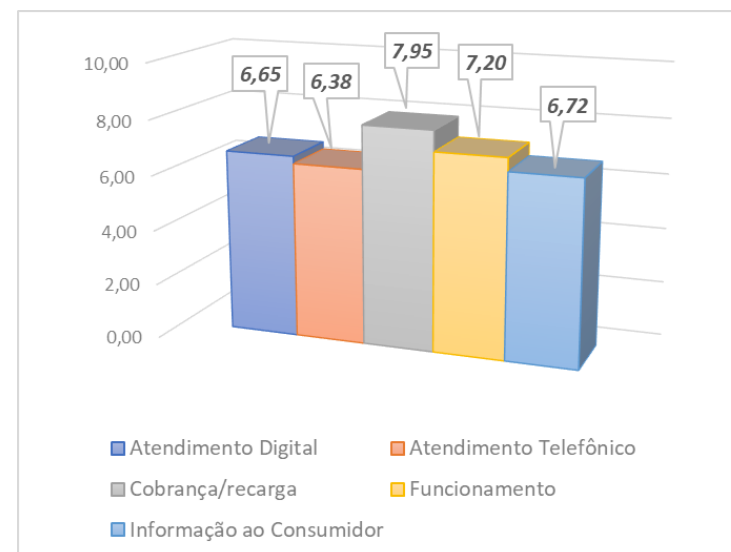


Figura 4 - Notas médias nacionais dos Índices de Qualidade Percebida do serviço.

As prestadoras de pequeno porte Unifique e Brisanet são as que têm os consumidores mais satisfeitos e com as melhores percepções de qualidade em todos os índices. Nas UFs, inclusive, a Brisanet tem o maior ISG, de 8,28 em Alagoas. Por outro lado, o menor ISG é o da Sky, em Minas Gerais (5,70).

Quanto à nota geral do serviço por estado (Figura 5 e Tabela 3), o maior ISG foi registrado no Rio Grande do Norte e o menor, em Tocantins. A diferença entre as duas notas foi de 1,58 pontos.

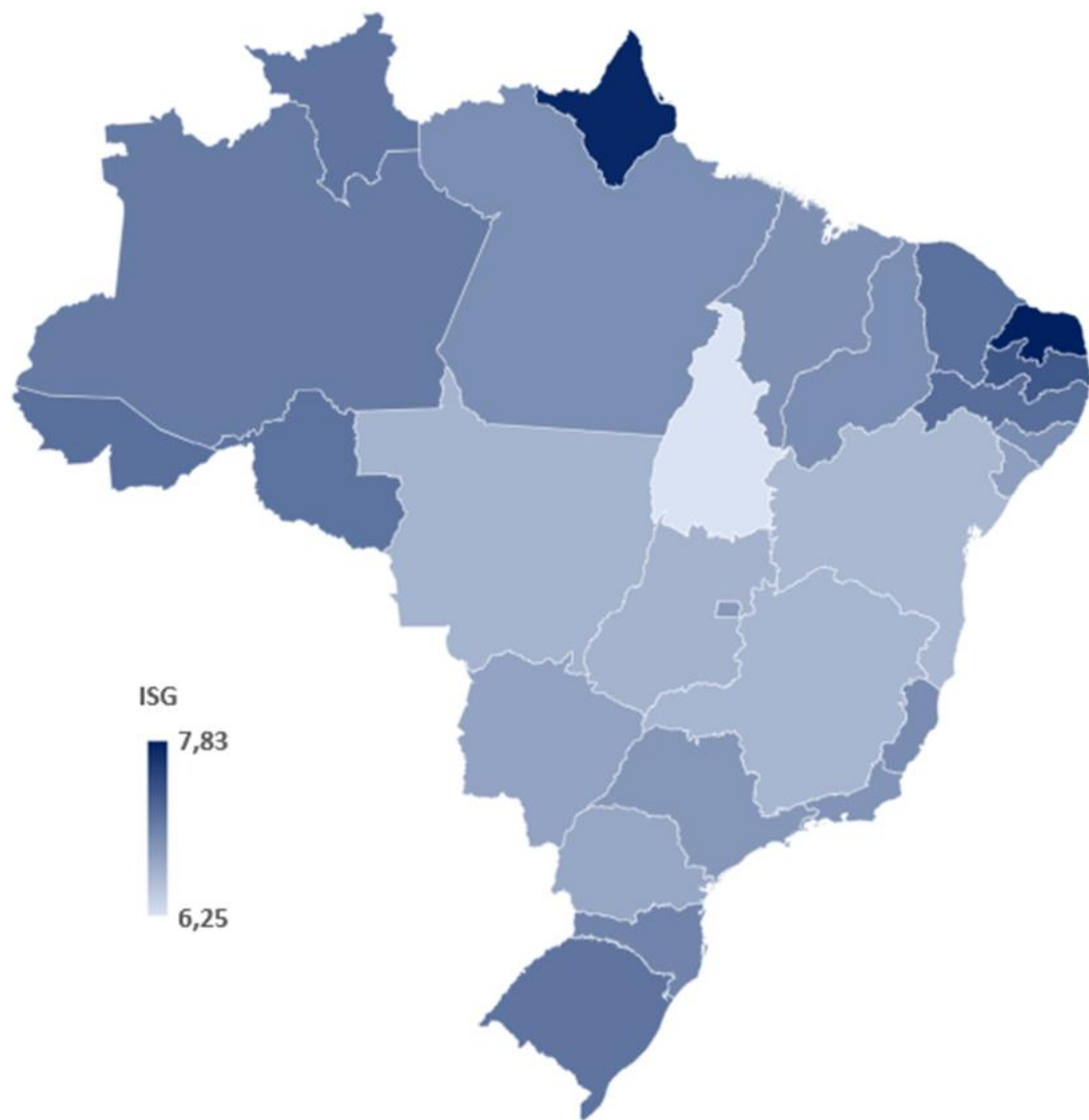


Figura 5 - Representação no mapa do Brasil do ISG da banda larga fixa por estado.

Estado	ISG
AC	7,17
AL	6,94
AM	7,09
AP	7,77
BA	6,60
CE	7,17
DF	6,84
ES	6,95
GO	6,64
MA	6,92
MG	6,62
MS	6,77
MT	6,64
PA	6,94
PB	7,37
PE	7,19
PI	6,94
PR	6,74
RJ	6,89
RN	7,83
RO	7,15
RR	7,13
RS	7,15
SC	7,01
SE	6,80
SP	6,86
TO	6,25

Tabela 3 - ISG da banda larga fixa por estado.

Qualidade e Satisfação na Banda Larga Fixa - A análise dos resultados da MEE para a banda larga fixa permite verificar o quanto cada dimensão de qualidade está contribuindo para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor⁴, conforme apresentada na Figura 6.

No serviço, destacam-se as dimensões de Funcionamento e de Informação ao Consumidor, seguidas pela dimensão de Atendimento Telefônico – com estimativas de 0,45, 0,39 e 0,18, respectivamente.

Isso significa, de maneira geral, que eventuais intervenções no sentido de melhorar a percepção do consumidor sobre a qualidade dessas dimensões – especialmente Funcionamento e Informação ao Consumidor – tendem a contribuir para aumentar seu nível de satisfação com o serviço.

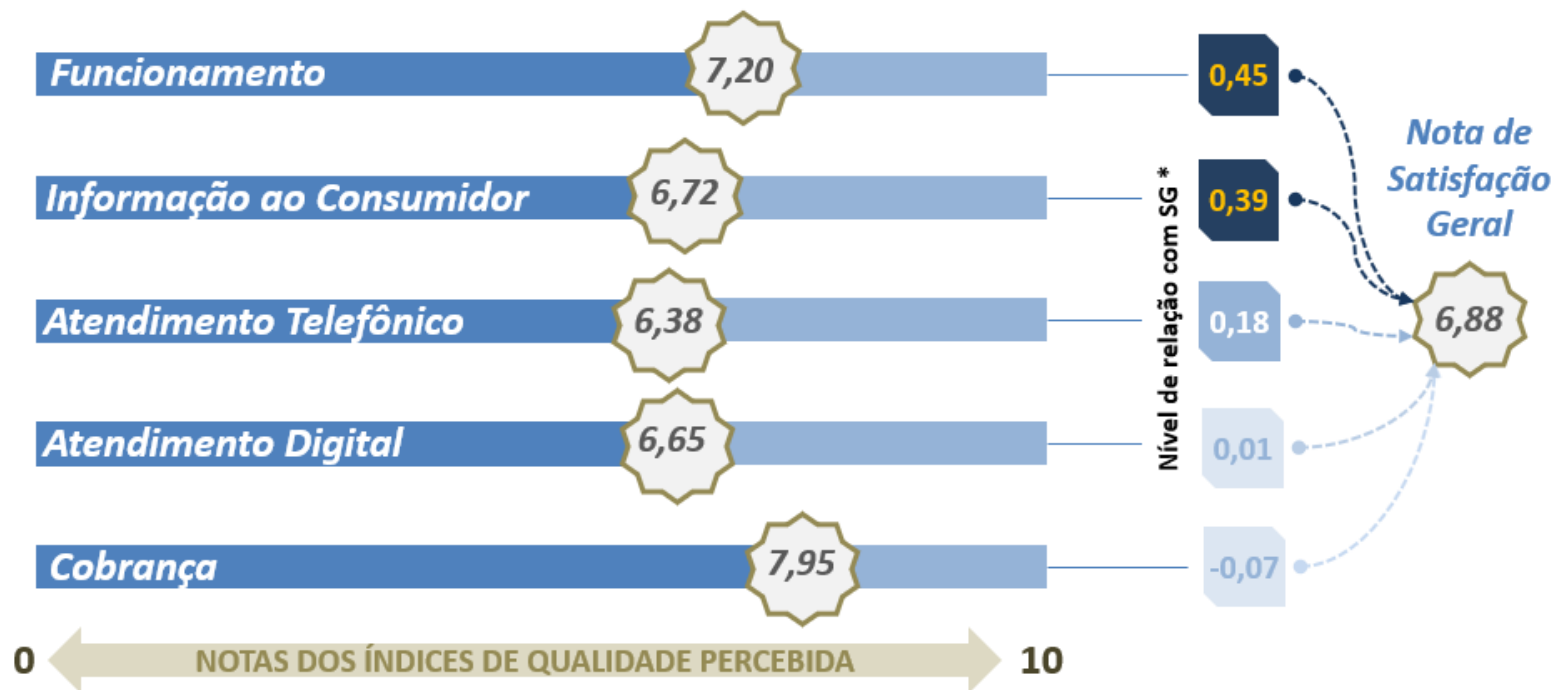


Figura 6 - Níveis de relacionamento entre qualidade e satisfação na banda larga fixa.

⁴ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – representadas pelos valores da coluna identificada por “nível de relação com SG” na Figura 6 – que demonstram o quanto cada dimensão de qualidade está contribuindo

para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor. São consideradas como relevantes para a explicação da Satisfação Geral as dimensões que tenham estimativas de regressão superiores a 0,10 ou inferiores a -0,10. Quanto mais próximas de 1 ou de -1, mais relevante é a estimativa.

2. TELEFONIA MÓVEL PÓS-PAGA

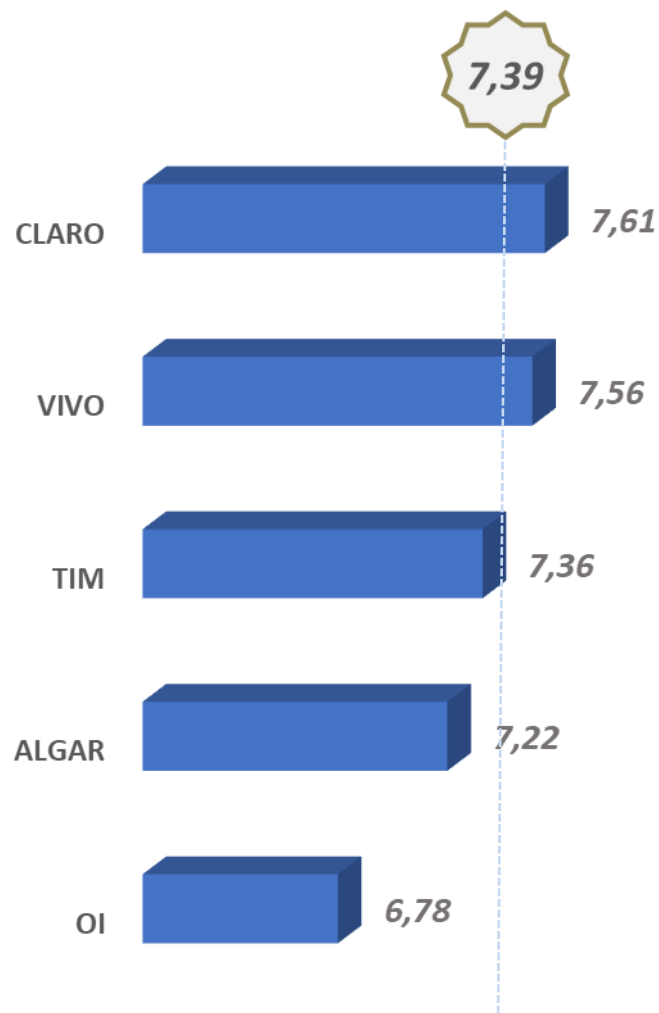


Figura 7 - Notas médias nacionais do ISG para o serviço e as operadoras.

A média nacional do ISG foi de 7,39 em 2021 (Figura 7), sendo o serviço com o segundo maior nível de satisfação dos consumidores. Adicionalmente, foi o serviço com melhor nota no índice de cobrança. Quanto aos Índices de Qualidade Percebida (Figura 8), Cobrança tem os valores mais altos, tanto comparado aos demais índices do serviço, quanto relativamente ao mesmo índice nos demais serviços. No serviço, Funcionamento também se destaca positivamente e, na outra ponta, Atendimento Telefônico tem a menor percepção de qualidade.

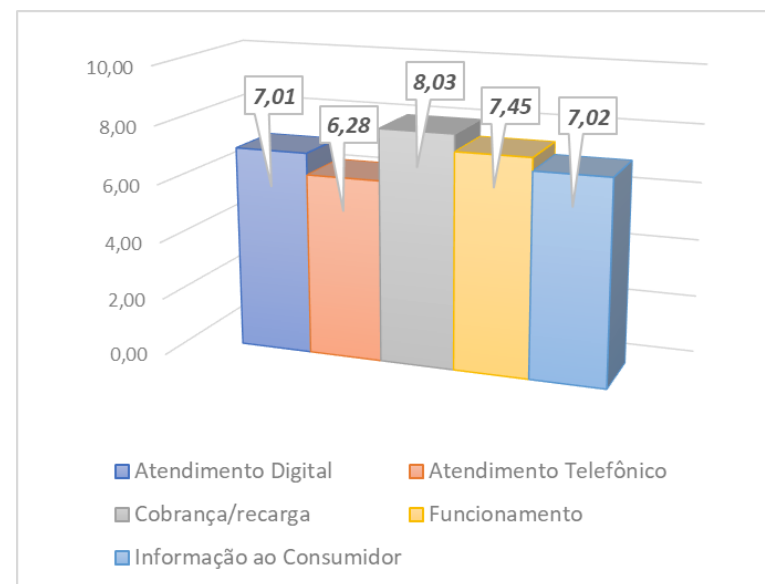


Figura 8 - Notas médias nacionais dos Índices de Qualidade Percebida do serviço.

Em termos de prestadoras, os destaques são Claro, com os consumidores mais satisfeitos, e Oi, com os menos satisfeitos. Inclusive, a Claro apresenta o maior índice no recorte por estado (8,26 em Pernambuco) e a Oi, o menor (6,27 no Amapá). Na consolidação do ISG por estado (Figura 9 e Tabela 4), os consumidores mais satisfeitos são os do Piauí e os menos satisfeitos, de Sergipe. A diferença entre as duas notas foi de apenas 0,78 pontos, mostrando uma uniformidade no índice entre as diversas unidades da federação.

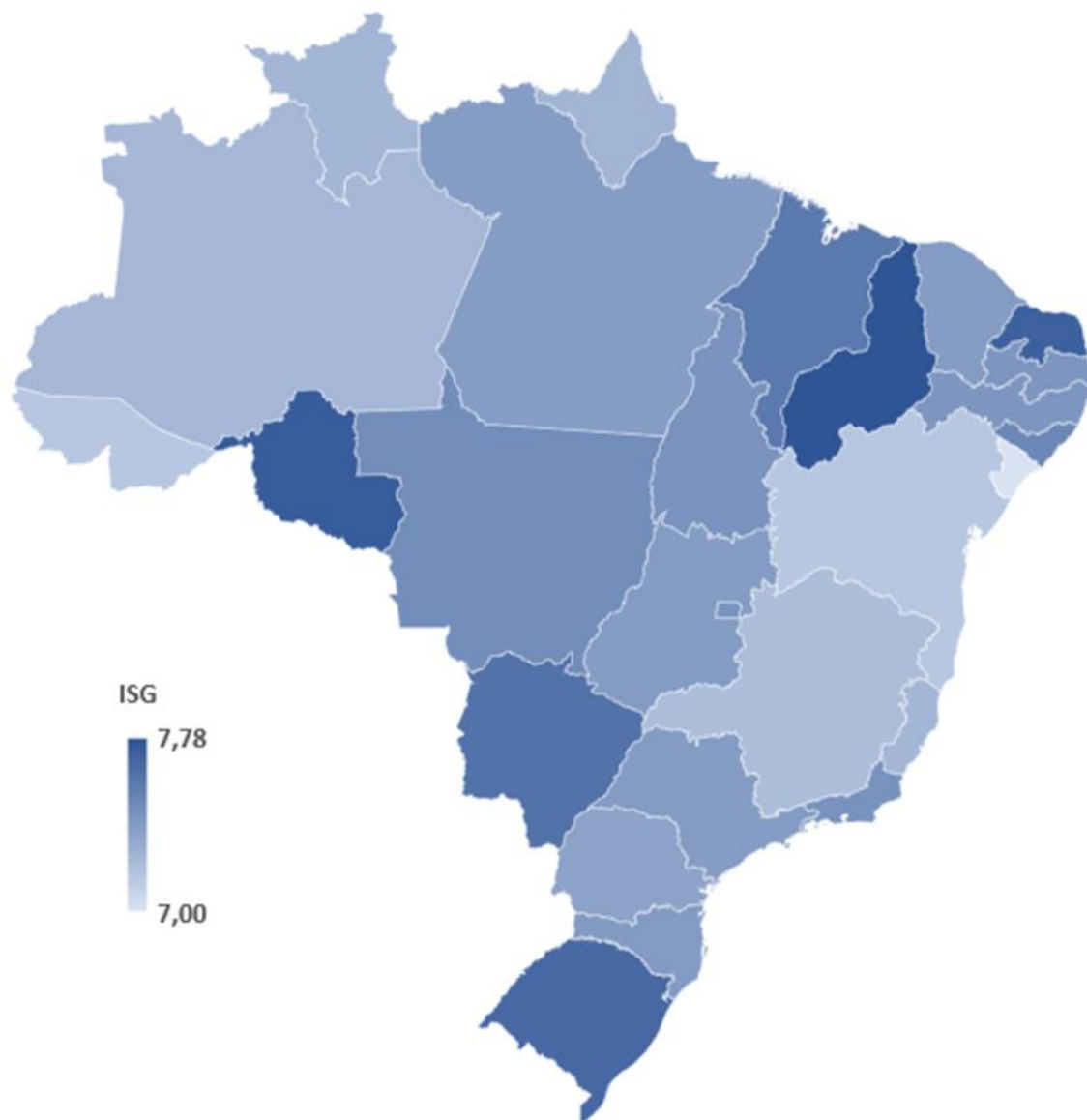


Figura 9 - Representação no mapa do Brasil do ISG da telefonia móvel pós-paga por estado.

Estado	ISG
AC	7,16
AL	7,50
AM	7,24
AP	7,25
BA	7,16
CE	7,39
DF	7,44
ES	7,24
GO	7,39
MA	7,58
MG	7,21
MS	7,62
MT	7,47
PA	7,38
PB	7,42
PE	7,42
PI	7,78
PR	7,35
RJ	7,44
RN	7,71
RO	7,74
RR	7,25
RS	7,67
SC	7,39
SE	7,00
SP	7,39
TO	7,44

Tabela 4 - ISG da telefonia móvel pós-paga por estado.

Qualidade e Satisfação no Celular Pós-pago - A análise dos resultados da MEE para o celular pós-pago, conforme apresentada na Figura 10, demonstra o quanto cada dimensão de qualidade está contribuindo para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor.⁵

Com valores entre 0,69 e -0,07, destacam-se as dimensões de Funcionamento e de Informação ao Consumidor. Dentre todas as dimensões dos serviços pesquisados, inclusive, o efeito da dimensão de Informação ao

Consumidor sobre a Satisfação Geral no pós-pago é o maior, que fornece um indicativo do quão relevante é essa dimensão para os consumidores do serviço, no que diz respeito a sua relação com a satisfação.

Tendo isso em conta, conclui-se que ações ou eventos que porventura resultem em melhor avaliação dos consumidores para essa dimensão (e em menor medida para a de Funcionamento) tendem a melhorar o resultado das notas de satisfação do serviço.

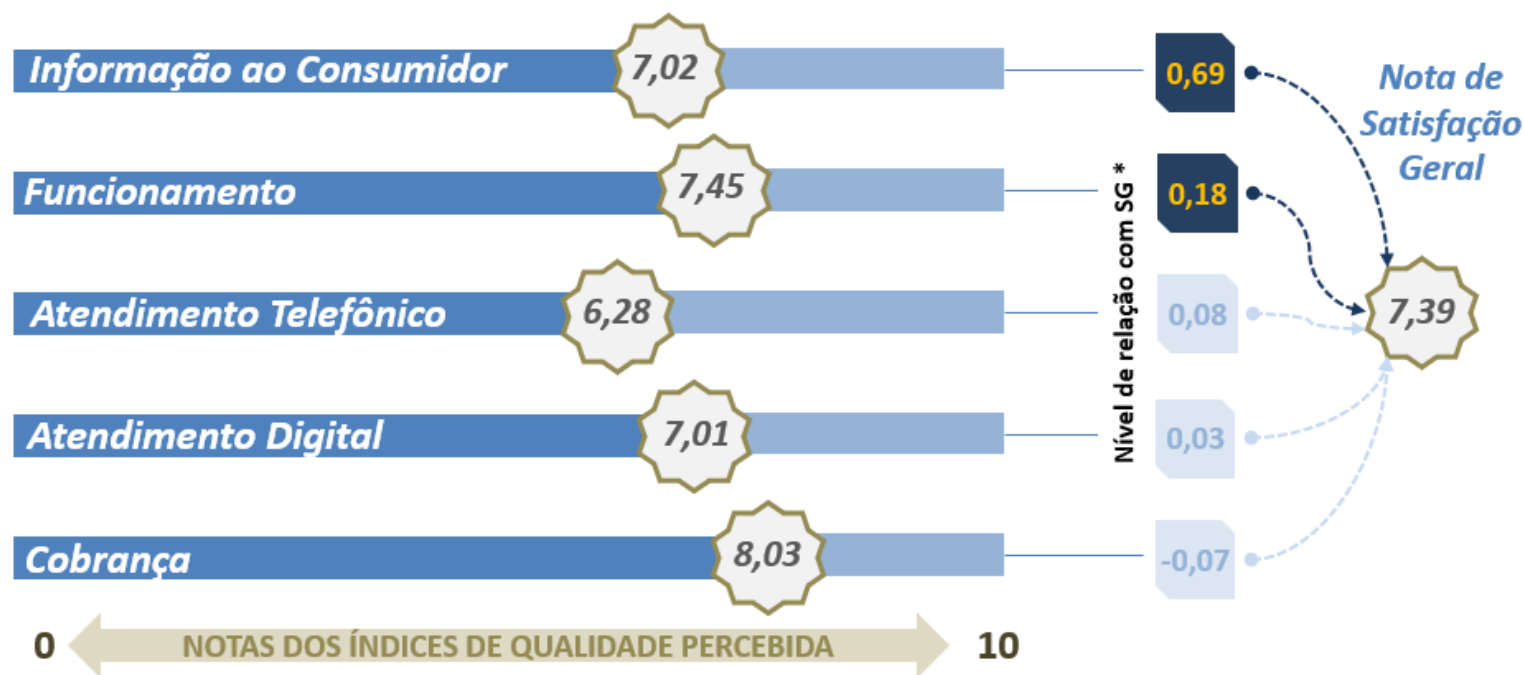


Figura 10 - Níveis de relacionamento entre qualidade e satisfação na telefonia móvel pós-paga.

⁵ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – representadas pelos valores da coluna identificada por “nível de relação com SG” na Figura 10 – que demonstram o quanto cada dimensão de qualidade está contribuindo

para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor. São consideradas como relevantes para a explicação da Satisfação Geral as dimensões que tenham estimativas de regressão superiores a 0,10 ou inferiores a -0,10. Quanto mais próximas de 1 ou de -1, mais relevante é a estimativa.

3. TELEFONIA MÓVEL PRÉ-PAGA

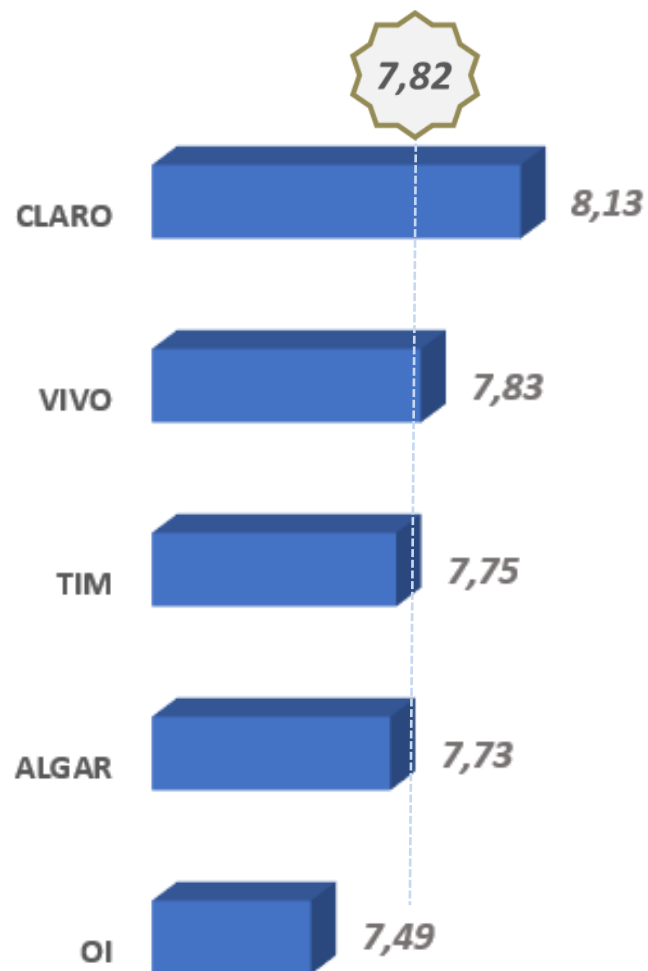


Figura 11 - Notas médias nacionais do ISG para o serviço e as operadoras.

Dentre os cinco serviços pesquisados, o celular pré-pago é o que tem os consumidores mais satisfeitos, com o ISG fechando o ano de 2021 em 7,82 (Figura 11). Em termos dos Índices de Qualidade Percebida do serviço (Figura 12), a avaliação é mais positiva sobre Cobrança/Recarga e a percepção é de menor qualidade quanto ao Atendimento Telefônico.

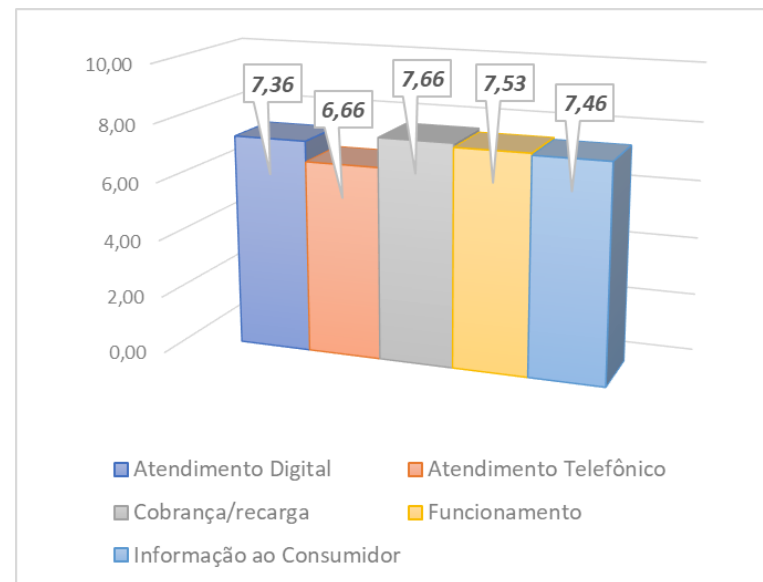


Figura 12 - Notas médias nacionais dos Índices de Qualidade Percebida do serviço.

Entre as prestadoras, se destaca a Claro com as maiores notas no ISG e em todos os índices pesquisados, bem como o maior índice na avaliação por estado (8,53 no Pará). Já a Oi tem o menor ISG entre as prestadoras e também o menor índice por UF (7,08 em Minas Gerais). A avaliação do ISG ao se consolidarem as notas das prestadoras por estado (Figura 13 e Tabela 5) mostra uma diferença de apenas 0,67 pontos entre o menor índice, de 7,53 no Distrito Federal, e o maior, de 8,20 no Estado Mato Grosso do Sul – o que indica uma uniformidade, a exemplo do pós-pago, na Satisfação Geral entre as diversas unidades da federação.

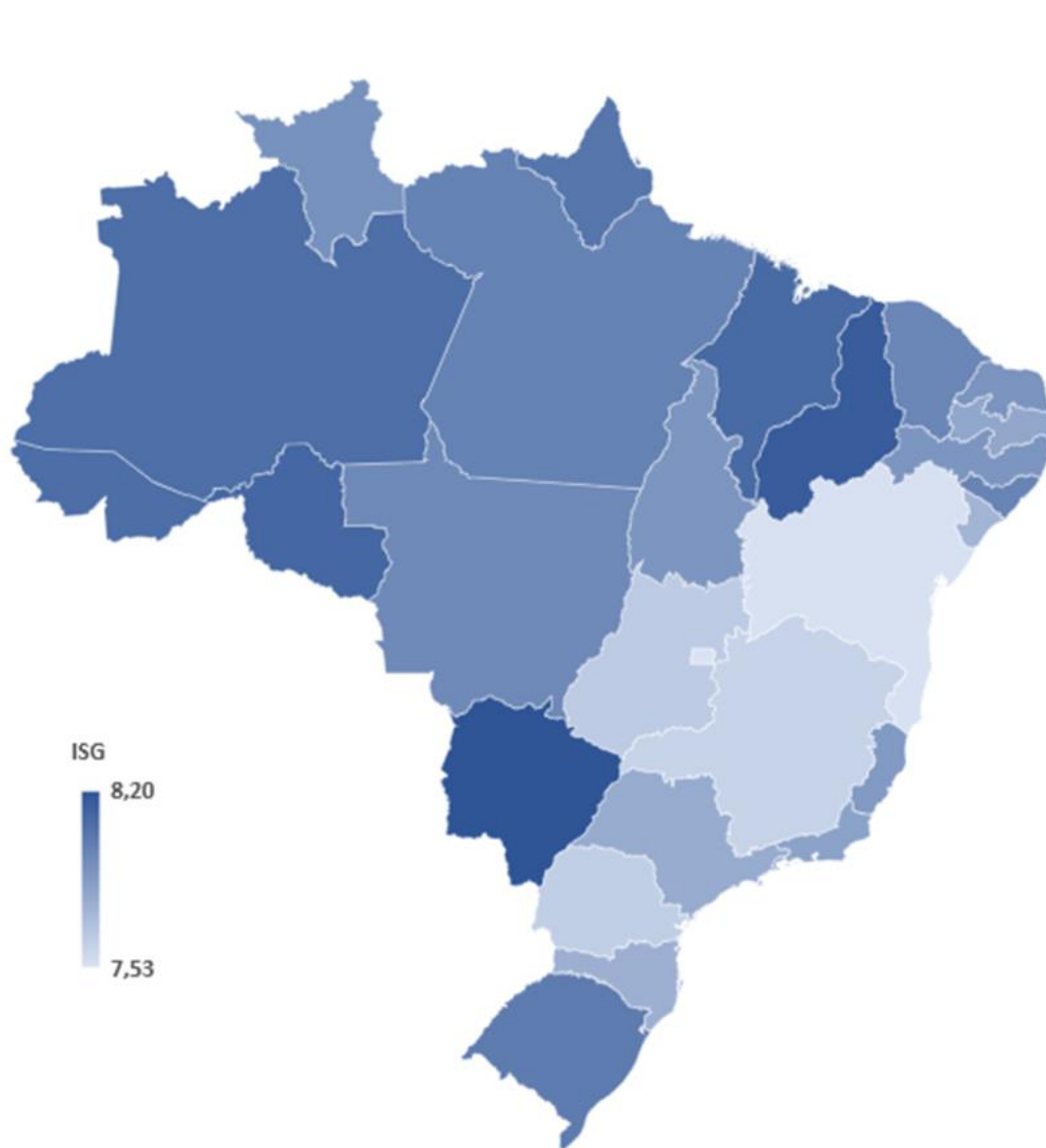


Figura 13 - Representação no mapa do Brasil do ISG da telefonia móvel pré-paga por estado.

Estado	ISG
AC	8,08
AL	7,97
AM	8,08
AP	8,05
BA	7,54
CE	7,97
DF	7,53
ES	7,88
GO	7,64
MA	8,10
MG	7,61
MS	8,20
MT	7,95
PA	7,98
PB	7,81
PE	7,89
PI	8,17
PR	7,63
RJ	7,84
RN	7,90
RO	8,12
RR	7,91
RS	8,02
SC	7,77
SE	7,75
SP	7,79
TO	7,90

Tabela 5 - ISG da telefonia móvel pré-paga por estado.

Qualidade e Satisfação no Celular Pré-pago - No caso do serviço de telefonia móvel pré-paga, os resultados da MEE⁶ que demonstram a contribuição de cada dimensão de qualidade para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor, variam de 0,62 a -0,07 (Figura 14).

Nota-se que, assim como no caso da modalidade pós-paga, o maior efeito ocorre na dimensão de Informação ao Consumidor, também com um valor relativamente elevado: as estimativas dessa dimensão, dentre todas as dimensões e serviços, são as únicas acima de 0,60 (tanto no pós, quanto no pré-pago).

Diferentemente do pós-pago, destaca-se complementarmente a dimensão de Atendimento Telefônico, o que é um indicativo do quão importante é o atendimento por telefone para os consumidores do serviço.

Assim, o foco em melhorias na qualidade desses dois atributos tende a melhorar o resultado das notas de satisfação do serviço. As dimensões restantes, embora eventualmente possam contribuir, apresentam menor relevância.

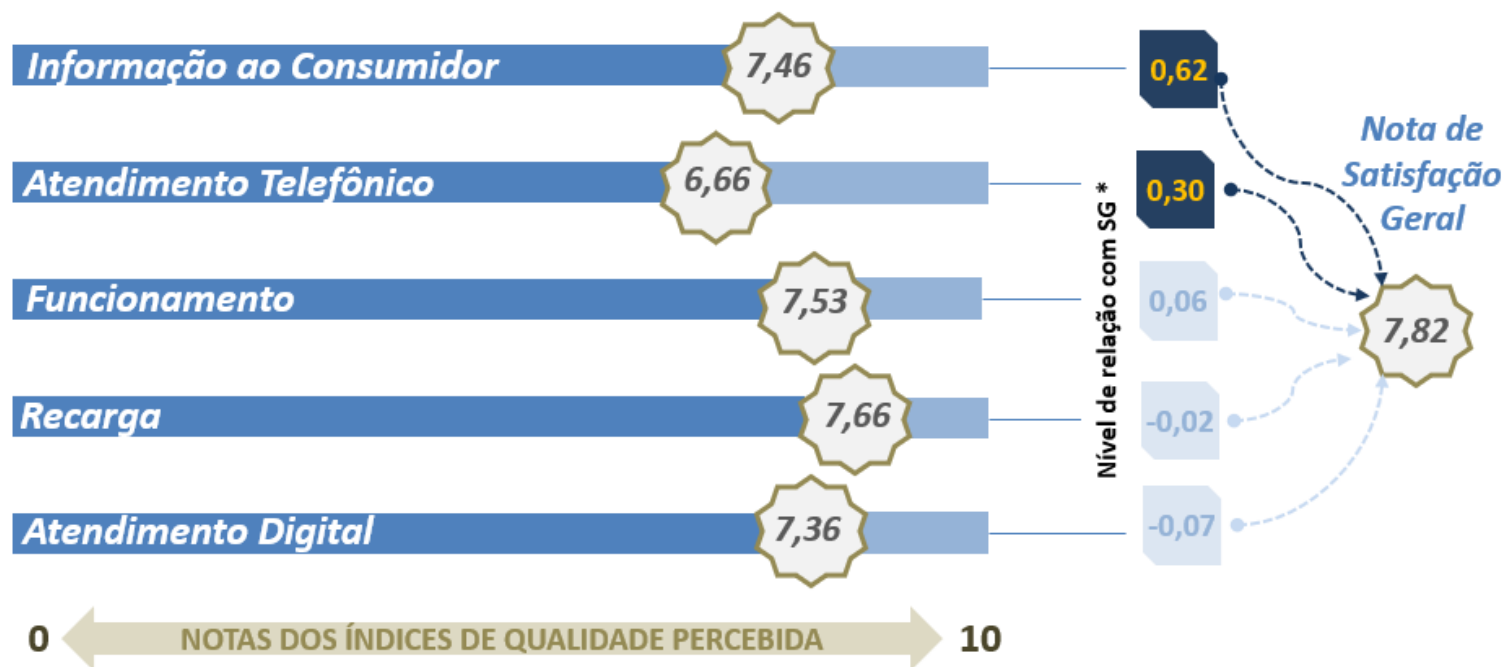


Figura 14 - Níveis de relacionamento entre qualidade e satisfação na telefonia móvel pré-paga.

⁶ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – representadas pelos valores da coluna identificada por “nível de relação com SG” na Figura 14 – que demonstram o quanto cada dimensão de qualidade está contribuindo

para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor. São consideradas como relevantes para a explicação da Satisfação Geral as dimensões que tenham estimativas de regressão superiores a 0,10 ou inferiores a -0,10. Quanto mais próximas de 1 ou de -1, mais relevante é a estimativa.

4. TELEFONIA FIXA

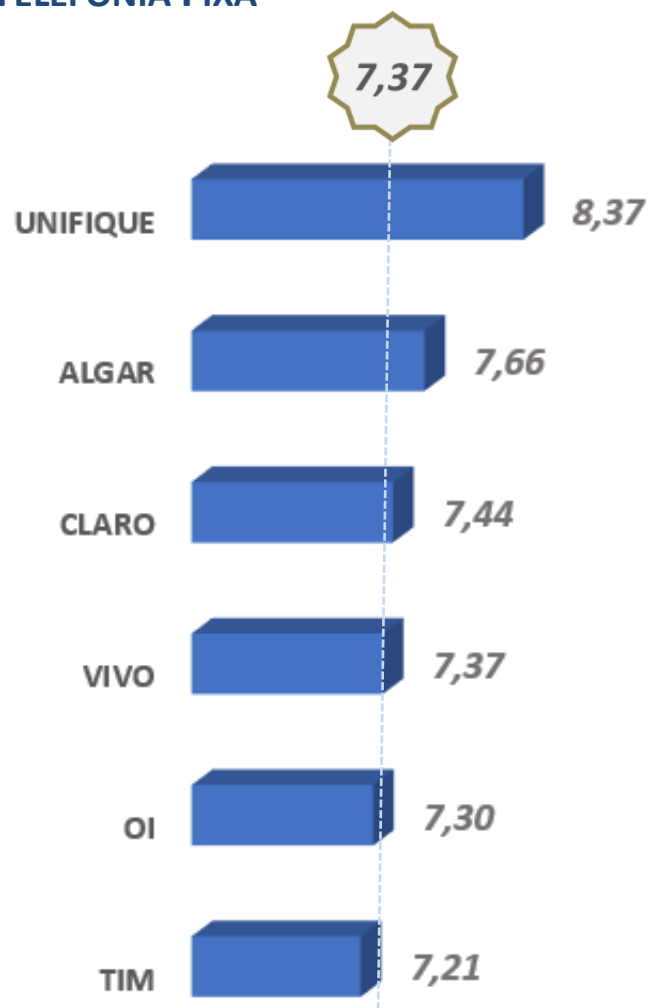


Figura 15 – Notas médias nacionais do ISG para o serviço e as operadoras.

Conforme observado na Figura 15, a média nacional do Índice de Satisfação Geral para o serviço de telefonia fixa fechou o ano de 2021 em 7,37. A prestadora melhor avaliada foi a Unifiquê, com a média de 8,37 no ISG, tendo como contraponto, com a menor nota no serviço, a Tim (7,21).

A avaliação dos Índices de Qualidade Percebida (Figura 16) mostra que a melhor nota é a de Funcionamento e que o Atendimento Telefônico é o índice com a percepção de menor qualidade na telefonia fixa.

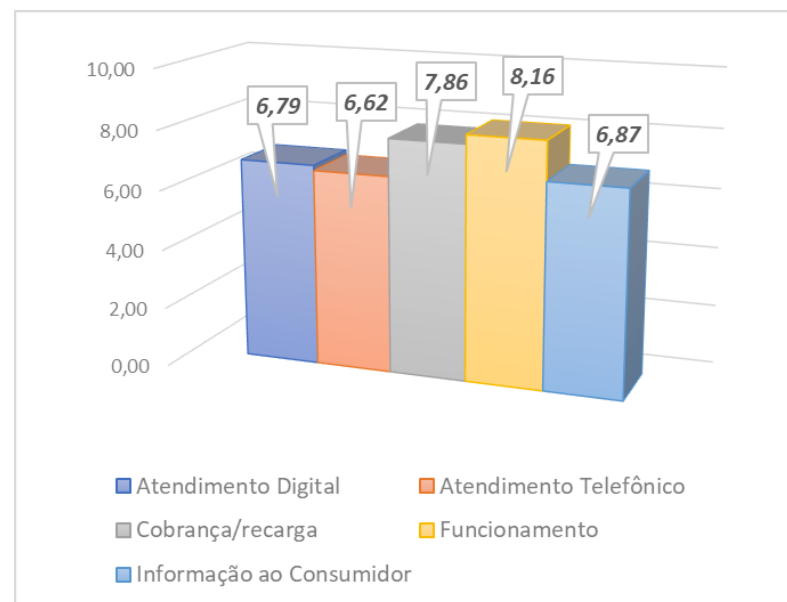


Figura 16 - Notas médias nacionais dos Índices de Qualidade Percebida do serviço.

Nos estados (Figura 17 e **Erro! Fonte de referência não encontrada.**), os consumidores do Amapá se mostram os mais satisfeitos e os do Tocantins, os menos satisfeitos. Destaca-se, ainda, a região Norte do país, que ficou com as três melhores avaliações (além do Amapá, também Amazonas e Rondônia).

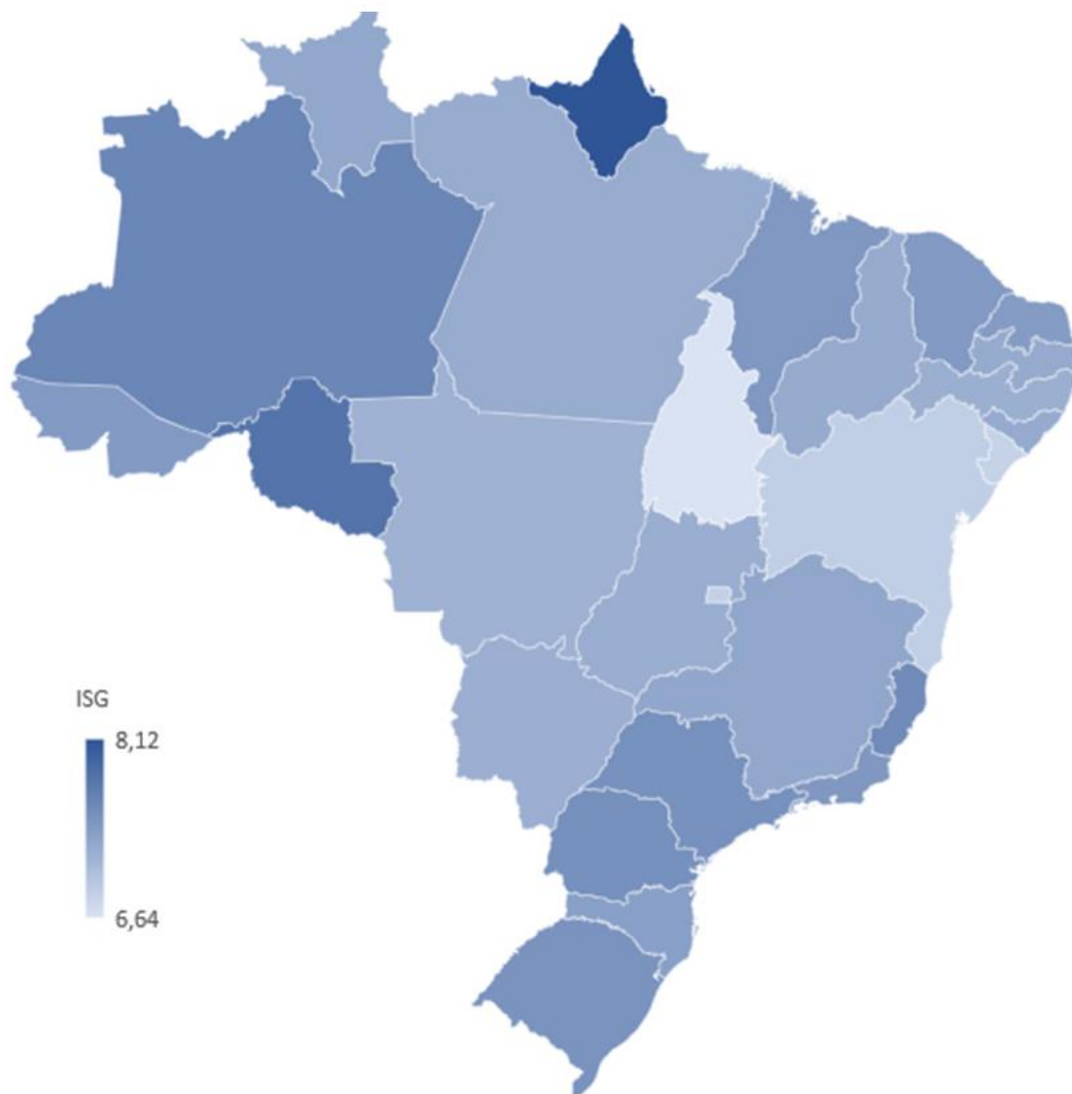


Figura 17 - Representação no mapa do Brasil do ISG da telefonia fixa por estado.

Estado	ISG
AC	7,40
AL	7,23
AM	7,61
AP	8,12
BA	6,85
CE	7,40
DF	6,83
ES	7,55
GO	7,19
MA	7,42
MG	7,27
MS	7,18
MT	7,15
PA	7,21
PB	7,22
PE	7,19
PI	7,22
PR	7,50
RJ	7,42
RN	7,38
RO	7,80
RR	7,26
RS	7,47
SC	7,34
SE	6,82
SP	7,49
TO	6,64

Tabela 6 - ISG da telefonia fixa por estado.

Qualidade e Satisfação na Telefonia Fixa - A análise dos resultados da MEE para o telefone fixo⁷, conforme apresentada na Figura 18, demonstra a contribuição de cada dimensão de qualidade para explicar o nível de satisfação do consumidor. Este e o serviço de TV por assinatura são os dois únicos em que a dimensão da Informação ao Consumidor não figura entre as mais relevantes para explicar a Satisfação Geral – embora aqui também tenha algum destaque, alinhada ao Atendimento Digital.

Por outro lado, é o serviço no qual Atendimento Telefônico apresenta o maior efeito sobre a satisfação, seguida pelo Funcionamento – que indica que os demais aspectos ou não estão no radar do consumidor, ou importam, mas em menor medida. Deste modo, entende-se que ações ou eventos que possam resultar em melhor avaliação dos consumidores para ambas as dimensões são as que tendem a ter mais impacto positivo sobre a satisfação do consumidor.

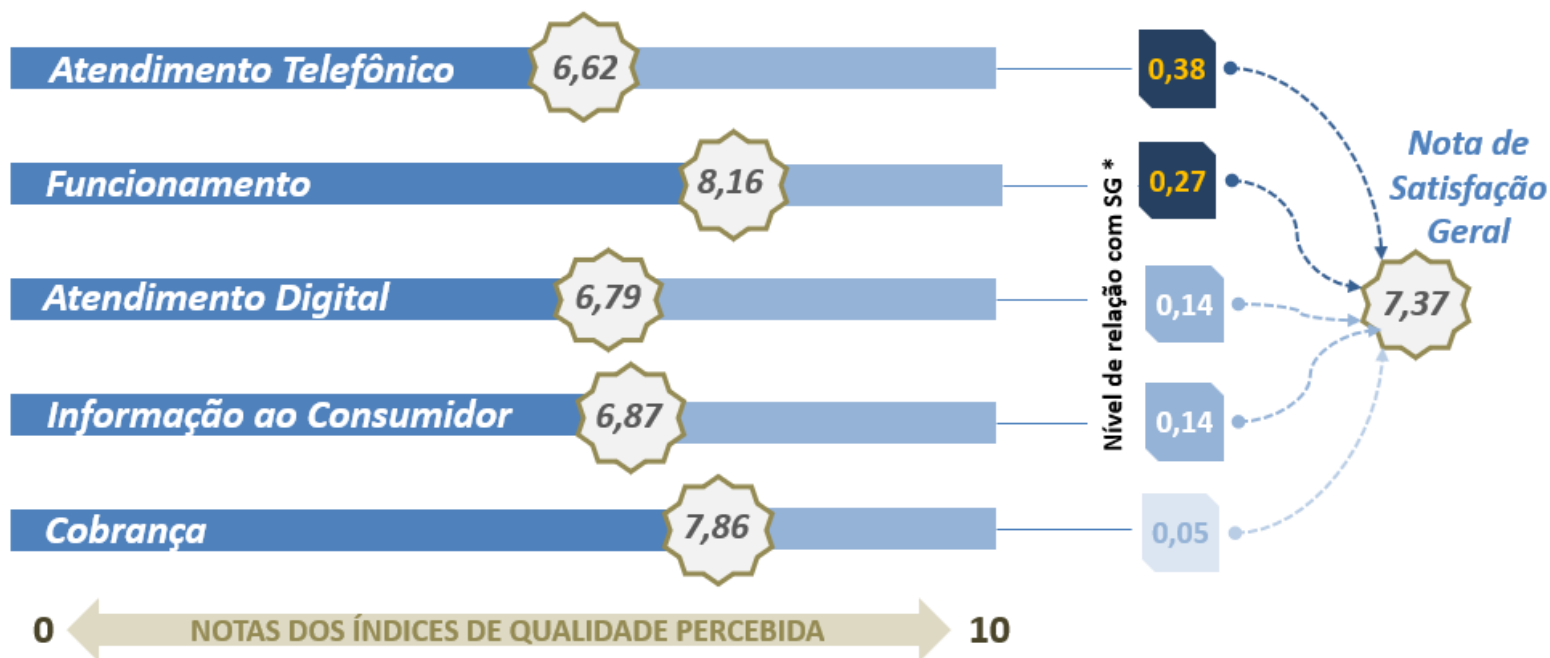


Figura 18 - Níveis de relacionamento entre qualidade e satisfação na telefonia fixa.

⁷ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – representadas pelos valores da coluna identificada por “nível de relação com SG” na Figura 18 – que demonstram o quanto cada dimensão de qualidade está contribuindo

para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor. São consideradas como relevantes para a explicação da Satisfação Geral as dimensões que tenham estimativas de regressão superiores a 0,10 ou inferiores a -0,10. Quanto mais próximas de 1 ou de -1, mais relevante é a estimativa.

5. TV POR ASSINATURA

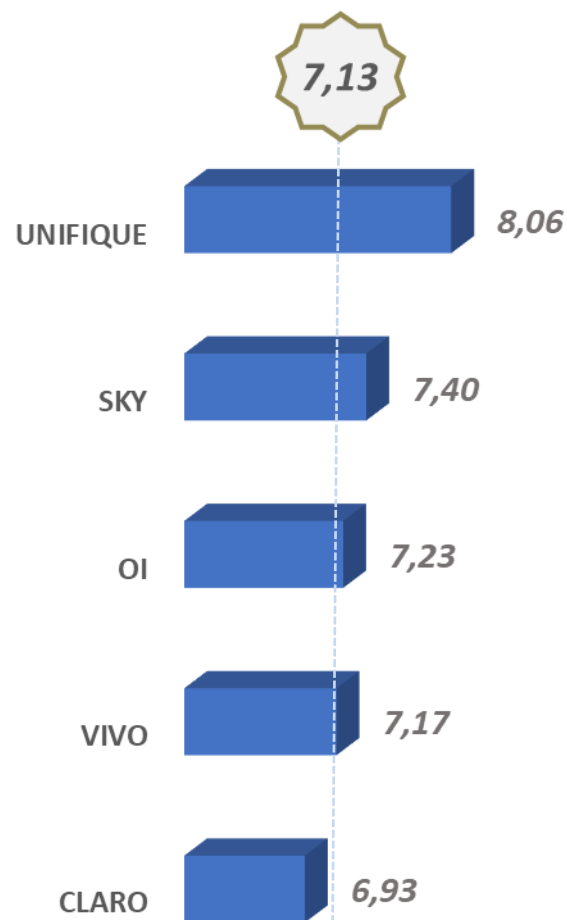


Figura 19 - Notas médias nacionais do ISG para o serviço e as operadoras.

A média nacional do Índice de Satisfação Geral (Figura 19) fechou o ano de 2021 em 7,13, sendo o serviço com a segunda menor nota nacional – à frente apenas da banda larga. A prestadora melhor avaliada foi a Unifone, com o ISG médio de 8,06, em contraste com a avaliação da Claro, que possui os consumidores menos satisfeitos, com nota 6,93.

A respeito dos Índices de Qualidade (Figura 20), o que obteve melhor nota foi o de Funcionamento, e o que apresentou a menor percepção de qualidade foi de Informação ao Consumidor.

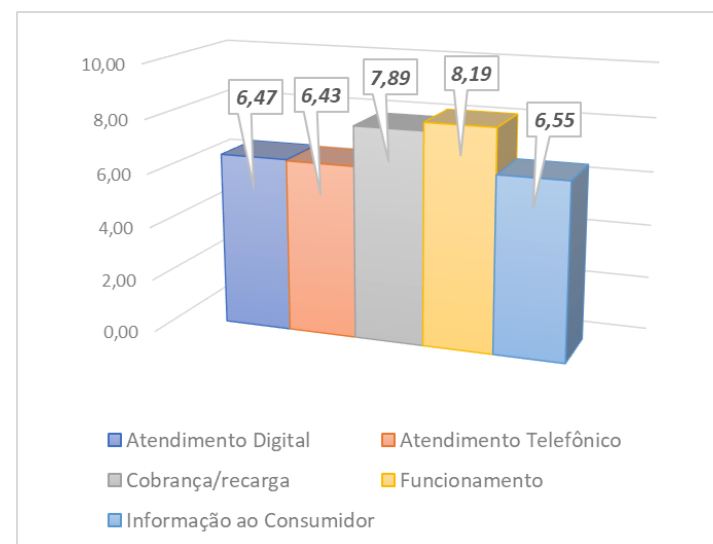


Figura 20 - Notas médias nacionais dos Índices de Qualidade Percebida do serviço.

Entre as unidades da Federação (Figura 21 e Tabela 7), Rio Grande do Norte e Piauí receberam a maior nota e o Distrito Federal, a menor. A diferença entre as duas notas foi de apenas 0,96 pontos, mostrando-se o serviço em que há uma tendência de mais uniformidade nas notas do ISG consolidadas por estado.

Destaque para a região Norte e Nordeste do país, que ficaram com as seis melhores avaliações.

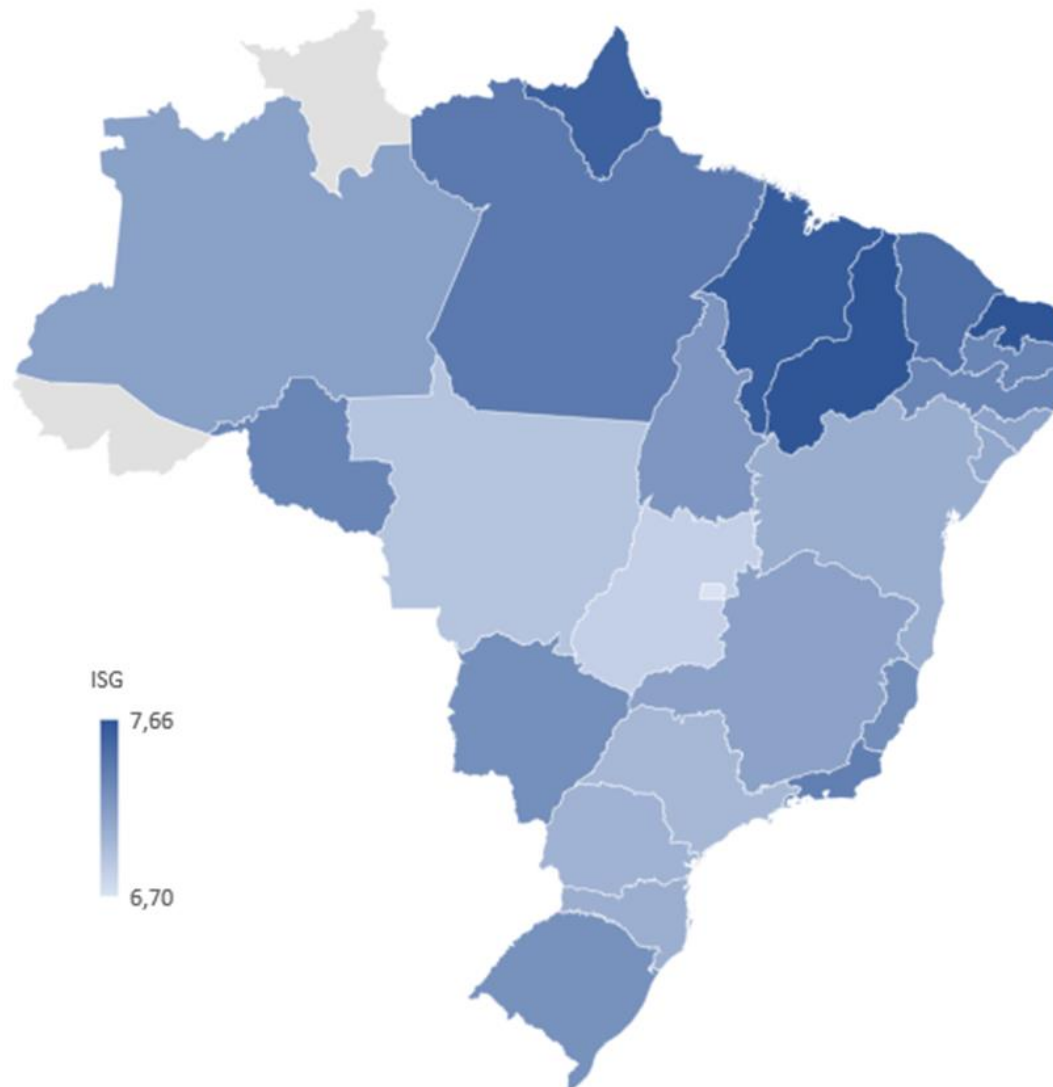


Figura 21 - Representação no mapa do Brasil do ISG da TV por assinatura por estado. Não houve empresas elegíveis a participar da pesquisa em Roraima e no Acre.

Estado	ISG
AL	7,15
AM	7,35
AP	7,58
BA	7,06
CE	7,49
DF	6,70
ES	7,27
GO	6,83
MA	7,61
MG	7,14
MS	7,26
MT	6,91
PA	7,41
PB	7,33
PE	7,33
PI	7,66
PR	7,03
RJ	7,37
RN	7,66
RO	7,33
RS	7,25
SC	7,05
SE	7,10
SP	6,99
TO	7,22

Tabela 7 - ISG da TV por assinatura por estado.

Qualidade e Satisfação na TV por Assinatura – No serviço, os resultados da MEE⁸ no que diz respeito ao quanto cada dimensão de qualidade está contribuindo para explicar o grau de satisfação do consumidor variam de 0,31 a 0,04 (Figura 22).

Assim como na banda larga fixa, a dimensão que mais contribui para explicar a satisfação do consumidor do serviço de TV por assinatura é a de Funcionamento,

mas, neste caso, virtualmente empatada com a de Atendimento Telefônico e não muito à frente da Informação ao Consumidor.

Conclui-se que, a fim de melhorar o resultado das notas de satisfação do serviço como um todo, iniciativas focadas nas três dimensões que se destacam tendem a apresentar melhores resultados.

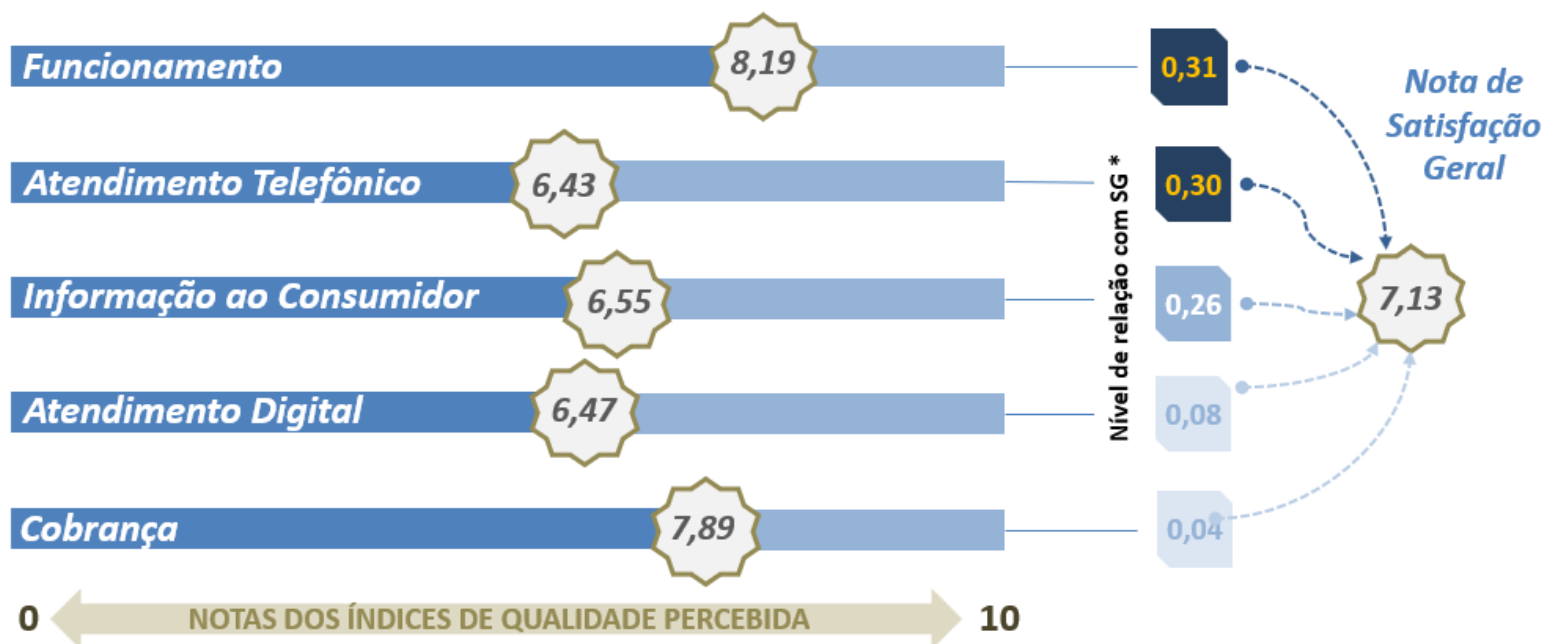


Figura 22 - Níveis de relacionamento entre qualidade e satisfação na TV por assinatura.

⁸ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – representadas pelos valores da coluna identificada por “nível de relação com SG” na Figura 22 – que demonstram o quanto cada dimensão de qualidade está contribuindo

para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor. São consideradas como relevantes para a explicação da Satisfação Geral as dimensões que tenham estimativas de regressão superiores a 0,10 ou inferiores a -0,10. Quanto mais próximas de 1 ou de -1, mais relevante é a estimativa.

6. PADRÕES DE USO DA INTERNET FIXA E DO CELULAR




Usou a internet para...	 PÓS	 PRÉ	
Acessar vídeos e filmes por aplicativos como Youtube ou Netflix?	58%	47%	80%
Navegar na internet em sites em geral	80%	67%	87%
Acessar redes sociais como Facebook, Instagram ou Twitter	82%	73%	85%
Trocar mensagens de texto por meio de aplicativos como WhatsApp ou Telegram	92%	84%	92%
Enviar fotos e vídeos por aplicativos de mensagens ou redes sociais	83%	73%	82%
Fazer chamadas de vídeo	79%	67%	51%
Jogar Online	---	---	26%

Figura 23 - Padrões de uso dos serviços de internet fixa e celular.

Conforme destacado nas notas metodológicas, essa edição da Pesquisa apresenta melhorias na medição dos padrões de uso da internet nos serviços de telefonia móvel pós e pré-paga e de banda larga fixa. Como resultado, conforme se vê na Figura 23, o que se destaca é:

- Mensagens de texto via aplicativos como Whatsapp e Telegram;
- Assistir a vídeos e filmes via aplicativos como Youtube e Netflix;
- Navegar na internet em sites em geral;
- Acessar redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter; e

- e) Enviar fotos e vídeos por aplicativos de mensagens ou redes sociais.

Nota-se que assistir a filmes via *streaming* – atividade notoriamente intensiva em uso dos recursos da rede de telecomunicações – tem o serviço de banda larga fixa como o preferido, com a proporção de consumidores que fazem este uso do serviço sendo mais de 20 pontos percentuais acima dos serviços de telefonia móvel.

Outras duas atividades de uso intensivo da rede também apresentam percentuais relevantes de consumidores que fazem uso delas no serviço de banda larga, embora em níveis menores que as anteriormente apresentadas: i) com pouco menos de um terço, jogos *on-line* – aferido apenas na banda larga; e ii) chamadas de vídeo, com aproximadamente metade.

Dos temas que se destacam na banda larga, os itens navegação na internet, acesso a redes sociais e envio de fotos/vídeos também são relevantes nos serviços de telefonia móvel. No caso da pós-paga, inclusive, com percentuais relativamente próximos aos da banda larga. No caso da pré-paga com uma diferença mais acentuada em relação ao serviço fixo e à pós-paga.

Por fim, o envio de mensagens de texto via aplicativos de mensageria, como WhatsApp ou Telegram, corrobora estudos feitos por outros órgãos públicos ou entidades privadas, que demonstram que a maioria dos consumidores utiliza a internet para este tipo de atividade. No caso da presente Pesquisa, inclusive, trata-se destacadamente dos maiores percentuais de uso em ambas as modalidades do serviço de telefonia móvel e na banda larga fixa.

Esclarece-se que para os consumidores de serviços móveis, buscou-se deixar claro que o uso seria durante a utilização da rede móvel, e não do wi-fi. Especificamente para os usuários de telefonia, a pergunta foi “Agora vou perguntar se você utiliza a internet do seu celular da <operadora> para realizar algumas atividades específicas”. Tal formulação, contudo, não impede que parte dos entrevistados tenham se confundido na resposta, se referindo a atividades realizadas utilizando conexões wi-fi.

TIPO DE COBRANÇA (CELULAR PÓS-PAGO)

Embora o tipo de conta do serviço de telefonia móvel pós-paga não se trate exatamente de padrão de uso do serviço, denota uma escolha feita pelo consumidor em relação ao tipo de contrato e, eventualmente, pode influenciar nos usos que se faz do serviço, juntamente com outros fatores.

Nesse sentido, chama atenção o fato de o percentual de consumidores com um contrato pós-pago do tipo “Controle” estar em tendência de queda desde 2019, quando atingiu o pico, alcançando cerca de 60%. Ainda assim, este percentual ainda é um pouco maior que o registrado em 2018, quando houve uma redução mais acentuada em relação ao ano anterior (Figura 24).

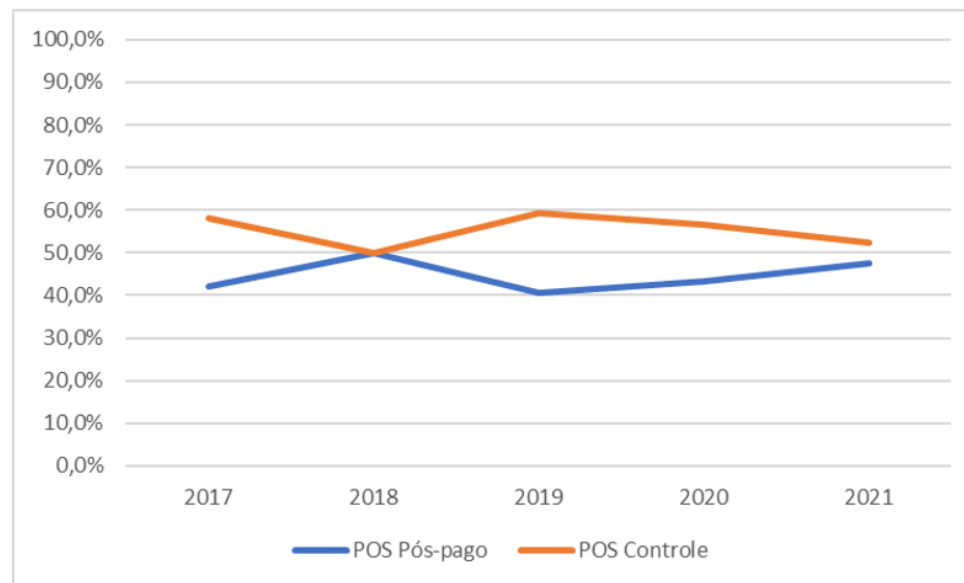


Figura 24 - Evolução da proporção de acessos pós-pagos por tipo de cobrança (conta e controle).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adoção da nova metodologia da Pesquisa pela Anatel possibilitou uma maior compreensão sobre como as diferentes dimensões da percepção de qualidade se relacionam com a Satisfação Geral do consumidor com sua prestadora. Em especial, três dimensões se mostraram relevantes, o que significa que as ações voltadas para a melhoria da percepção do consumidor sobre elas tendem a elevar também a Satisfação Geral com os serviços prestados.

- i. a qualidade da **Informação ao Consumidor** é relevante em todos os serviços, embora mais destacada na banda larga fixa e nos serviços de telefonia móvel;
- ii. a qualidade de **Funcionamento** só não possui efeito importante sobre a satisfação no serviço de telefonia móvel pré-paga, sendo relevante em todos os demais;
- iii. a qualidade do **Atendimento Telefônico** contribui para explicar a satisfação do consumidor em três serviços: celular pré-pago, telefonia fixa e TV por assinatura.

Embora o emprego da nova metodologia impeça, a rigor, a comparação dos indicadores da pesquisa de 2021 com as realizadas entre 2015 e 2020, alguns padrões, contudo, seguem vigentes: os serviços móveis são os que geram maior satisfação no consumidor, enquanto a banda larga fixa gera a menor. Empresas de pequeno porte seguem sendo as melhores avaliadas nos serviços fixos. E o Atendimento Telefônico segue sendo uma dimensão de qualidade com índices inferiores aos demais.

Já no que tange aos padrões de uso dos serviços de internet, tanto fixa quanto móvel, pelo menos dois pontos chamam a atenção, ambos relacionados ao alto uso de aplicações que demandam qualidade de rede. O primeiro é o fato de

que dois em cada três usuários de telefonia móvel pré-paga fazem chamadas de vídeo. O segundo, deve-se à informação de que 80% dos usuários da banda larga fixa assistem a filmes online, seja via YouTube, seja por meio de *streamings* como o da Netflix.

Os resultados obtidos nesta edição da pesquisa, assim como os obtidos nas edições anteriores, são disponibilizados à sociedade, possibilitando o ranqueamento das operações de cada prestadora, de cada serviço em cada Unidade da Federação Pesquisada. Com isso, é possível ao consumidor comparar os diferentes fornecedores locais.

Para além disso, os dados obtidos na pesquisa abrem a possibilidade de se realizarem análises mais profundas, formando uma possível agenda de estudos, que pode incluir, entre outros pontos:

- Análise da relação entre satisfação, qualidade percebida e diferentes características do consumidor, tais como: padrões sociodemográficos de renda e escolaridade, padrões de uso de serviço, padrões de interação com os canais de atendimento das prestadoras;
- Análise da relação entre padrões de uso, índices de qualidade percebida e índices de qualidade de serviço coletados na rede.

Como se vê, a análise dos dados da pesquisa de satisfação e qualidade percebida não se esgota neste relatório. Pelo contrário, os dados aqui apresentados constituem tão somente um ponto de partida para a realização de uma série de cruzamentos e estudos que subsidiem a atuação da Agência.

ANEXO I - ÍNDICES DE SATISFAÇÃO E DE QUALIDADE NACIONAIS (POR SERVIÇO E OPERADORA)

BANDA LARGA FIXA

Operadora	UFs Pesquisadas	Satisfação Geral (ISG)	Atendimento Digital (QAD)	Atendimento Telefônico (QAT)	Cobrança (QCR)	Funcionamento (QF)	Informação ao Consumidor (QIC)
ALGAR	3	7,00	6,82	6,81	7,75	7,26	6,75
BRISANET	5	7,66	7,91	7,95	9,06	7,66	7,64
CLARO	25	6,75	6,40	6,02	7,95	7,19	6,51
MOB	1	7,34	7,17	6,72	8,62	7,56	7,43
OI	26	6,82	6,78	6,65	7,84	7,03	6,77
SKY	7	6,21	6,23	6,34	7,24	6,34	6,43
TIM	7	6,99	6,30	6,25	8,06	7,40	6,73
UNIFIQUE	1	7,94	7,93	8,07	9,41	7,92	7,89
VIVO	18	7,00	6,82	6,58	7,76	7,23	6,87
MÉDIA BRASIL	27	6,88	6,65	6,38	7,95	7,20	6,72

TELEFONIA MÓVEL PÓS-PAGA

Operadora	UFs Pesquisadas	Satisfação Geral (ISG)	Atendimento Digital (QAD)	Atendimento Telefônico (QAT)	Cobrança (QCR)	Funcionamento (QF)	Informação ao Consumidor (QIC)
ALGAR	3	7,22	7,33	6,90	7,95	7,10	6,97
CLARO	27	7,61	7,26	6,66	8,35	7,68	7,36
OI	27	6,78	6,61	5,80	7,78	6,89	6,52
TIM	26	7,36	6,95	6,12	7,92	7,47	6,88
VIVO	27	7,56	6,98	6,21	7,88	7,53	7,02
MÉDIA BRASIL	27	7,39	7,01	6,28	8,03	7,45	7,02

TELEFONIA MÓVEL PRÉ-PAGA

Operadora	UFs Pesquisadas	Satisfação Geral (ISG)	Atendimento Digital (QAD)	Atendimento Telefônico (QAT)	Cobrança (QCR)	Funcionamento (QF)	Informação ao Consumidor (QIC)
ALGAR	3	7,73	7,18	6,66	7,79	7,40	7,26
CLARO	27	8,13	7,67	7,26	7,92	7,73	7,72
OI	27	7,49	7,03	6,10	7,59	7,16	7,12
TIM	27	7,75	7,36	6,52	7,59	7,58	7,45
VIVO	27	7,83	7,26	6,39	7,44	7,56	7,48
MÉDIA BRASIL	27	7,82	7,36	6,66	7,66	7,53	7,46

TELEFONIA FIXA

Operadora	UFs Pesquisadas	Satisfação Geral (ISG)	Atendimento Digital (QAD)	Atendimento Telefônico (QAT)	Cobrança (QCR)	Funcionamento (QF)	Informação ao Consumidor (QIC)
ALGAR	3	7,66	7,28	7,12	8,04	8,29	6,99
CLARO	22	7,44	6,80	6,72	7,93	8,19	6,89
OI	26	7,30	6,83	6,53	7,77	8,14	6,82
TIM	7	7,21	6,61	6,38	8,02	7,79	6,88
UNIFIQUE	1	8,37	7,90	8,39	9,36	8,89	8,50
VIVO	16	7,37	6,64	6,55	7,82	8,16	6,88
MÉDIA BRASIL	27	7,37	6,79	6,62	7,86	8,16	6,87

TV POR ASSINATURA

Operadora	UFs Pesquisadas	Satisfação Geral (ISG)	Atendimento Digital (QAD)	Atendimento Telefônico (QAT)	Cobrança (QCR)	Funcionamento (QF)	Informação ao Consumidor (QIC)
CLARO	22	6,93	6,20	6,18	7,94	7,94	6,41
OI	20	7,23	6,70	6,58	7,73	8,34	6,48
SKY	25	7,40	6,79	6,73	7,86	8,55	6,81
UNIFIQUE	1	8,06	8,50	8,15	9,44	8,16	8,26
VIVO	12	7,17	6,62	6,59	7,94	8,11	6,42
MÉDIA BRASIL	25	7,13	6,47	6,43	7,89	8,19	6,55

ANEXO II - ÍNDICES DE SATISFAÇÃO (POR SERVIÇO, ESTADO E OPERADORA, ORDENADOS DO MAIOR PARA O MENOR)

BANDA LARGA FIXA

UF	PRESTADORA	ISG
AL	BRISANET	8,28
PE	BRISANET	8,17
RN	BRISANET	8,14
SC	UNIFIQUE	7,94
PI	VIVO	7,79
AP	OI	7,77
AM	OI	7,68
PB	BRISANET	7,64
SP	ALGAR	7,62
AM	TIM	7,46
RS	OI	7,45
MG	VIVO	7,43
RS	VIVO	7,40
CE	MOB	7,34
RJ	VIVO	7,30
CE	BRISANET	7,30
PB	VIVO	7,29
PE	TIM	7,28
PA	OI	7,22
AC	OI	7,19
RN	CLARO	7,19
RJ	TIM	7,19
RO	OI	7,15
RR	OI	7,13

UF	PRESTADORA	ISG
MG	TIM	7,13
RO	CLARO	7,12
AC	CLARO	7,12
MA	OI	7,12
PE	CLARO	7,10
DF	OI	7,10
ES	VIVO	7,05
MT	VIVO	7,04
BA	TIM	7,04
SP	VIVO	7,02
PE	OI	7,02
ES	OI	7,01
SE	CLARO	6,98
BA	CLARO	6,97
SC	VIVO	6,96
CE	VIVO	6,95
RN	OI	6,94
CE	OI	6,94
SE	OI	6,93
CE	CLARO	6,93
GO	TIM	6,92
PB	CLARO	6,92
GO	ALGAR	6,91
PI	OI	6,90

UF	PRESTADORA	ISG
AM	CLARO	6,89
PE	VIVO	6,89
MS	CLARO	6,89
MS	VIVO	6,89
AL	VIVO	6,89
RS	CLARO	6,87
MG	ALGAR	6,86
PR	OI	6,84
RJ	CLARO	6,84
PA	CLARO	6,83
SP	TIM	6,82
RJ	OI	6,81
ES	CLARO	6,80
AL	CLARO	6,79
DF	VIVO	6,79
MA	CLARO	6,77
AM	SKY	6,76
DF	CLARO	6,76
SP	CLARO	6,75
AL	OI	6,71
PR	CLARO	6,70
PI	CLARO	6,70
SC	CLARO	6,70
GO	OI	6,68

UF	PRESTADORA	ISG
MT	OI	6,65
PR	VIVO	6,65
TO	CLARO	6,64
GO	VIVO	6,63
MS	OI	6,63
MT	CLARO	6,53
GO	CLARO	6,52
MA	SKY	6,52
SC	OI	6,49
BA	OI	6,47
SP	SKY	6,46
PB	OI	6,43
SE	VIVO	6,41
MG	OI	6,39
MG	CLARO	6,38
BA	VIVO	6,34
TO	OI	6,13
MT	SKY	6,04
PA	SKY	5,97
GO	SKY	5,96
MG	SKY	5,70

TELEFONIA MÓVEL PÓS-PAGA

UF	PRESTADORA	ISG
PE	CLARO	8,26
PI	CLARO	8,25
CE	VIVO	8,20
PA	CLARO	8,18
SC	CLARO	8,07
RN	CLARO	8,07
AL	CLARO	8,03
MA	CLARO	7,98
AL	VIVO	7,98
RO	CLARO	7,97
BA	CLARO	7,96
MS	CLARO	7,89
CE	CLARO	7,88
GO	CLARO	7,88
PR	VIVO	7,87
TO	CLARO	7,86
MT	CLARO	7,84
PB	TIM	7,80
RS	VIVO	7,78
RJ	TIM	7,77
RJ	VIVO	7,74
RN	VIVO	7,71
AP	CLARO	7,70
SC	VIVO	7,68
RO	VIVO	7,68
PE	VIVO	7,66
RS	CLARO	7,64
RN	TIM	7,64

UF	PRESTADORA	ISG
RS	TIM	7,61
PI	TIM	7,60
SP	VIVO	7,59
MS	VIVO	7,58
MA	TIM	7,58
DF	CLARO	7,57
PB	CLARO	7,56
DF	VIVO	7,55
TO	TIM	7,54
MG	VIVO	7,54
AC	CLARO	7,51
PI	VIVO	7,50
RS	OI	7,49
RN	OI	7,49
PB	VIVO	7,49
AP	VIVO	7,48
AP	TIM	7,46
PA	VIVO	7,46
SP	CLARO	7,45
MA	VIVO	7,44
RJ	CLARO	7,44
SP	TIM	7,43
ES	TIM	7,43
TO	VIVO	7,42
DF	TIM	7,42
AM	CLARO	7,39
PR	CLARO	7,39
MT	VIVO	7,38

UF	PRESTADORA	ISG
RR	CLARO	7,38
MG	CLARO	7,38
BA	VIVO	7,37
AL	OI	7,36
ES	CLARO	7,35
PA	TIM	7,34
GO	VIVO	7,34
MT	TIM	7,33
AM	TIM	7,33
MA	OI	7,32
RO	TIM	7,31
PR	TIM	7,30
CE	TIM	7,29
MG	ALGAR	7,26
PE	TIM	7,26
SE	CLARO	7,25
BA	TIM	7,25
AM	OI	7,24
SC	TIM	7,23
ES	VIVO	7,23
RR	TIM	7,21
RR	VIVO	7,21
SE	TIM	7,20
MS	TIM	7,17
PI	OI	7,13
PB	OI	7,10
AM	VIVO	7,08
RO	OI	7,07

UF	PRESTADORA	ISG
GO	ALGAR	7,06
CE	OI	7,05
GO	TIM	7,05
ES	OI	7,04
SP	ALGAR	7,02
AL	TIM	7,00
MG	TIM	6,98
SE	OI	6,98
PR	OI	6,97
SE	VIVO	6,92
MT	OI	6,88
PE	OI	6,85
AC	VIVO	6,81
MS	OI	6,80
AC	OI	6,78
DF	OI	6,76
MG	OI	6,74
PA	OI	6,61
GO	OI	6,56
TO	OI	6,55
SP	OI	6,54
RJ	OI	6,52
SC	OI	6,51
BA	OI	6,27
AP	OI	6,27

TELEFONIA MÓVEL PRÉ-PAGA

UF	PRESTADORA	ISG
PA	CLARO	8,53
AL	CLARO	8,51
AM	CLARO	8,50
RS	CLARO	8,48
PB	CLARO	8,46
PI	CLARO	8,45
AP	CLARO	8,44
AC	CLARO	8,41
RN	VIVO	8,36
MS	CLARO	8,34
MA	CLARO	8,33
SP	ALGAR	8,33
RR	CLARO	8,32
MA	VIVO	8,30
PB	VIVO	8,30
CE	CLARO	8,30
AL	VIVO	8,29
PI	VIVO	8,28
PE	CLARO	8,28
CE	VIVO	8,27
RO	VIVO	8,24
RN	CLARO	8,24
PE	VIVO	8,22
MT	TIM	8,18
AM	TIM	8,18
ES	CLARO	8,17
RO	CLARO	8,15
MT	CLARO	8,14

UF	PRESTADORA	ISG
RO	TIM	8,14
SC	CLARO	8,14
MS	VIVO	8,14
AP	VIVO	8,13
SP	CLARO	8,11
MS	OI	8,11
RJ	TIM	8,10
TO	CLARO	8,08
PE	TIM	8,07
PA	OI	8,04
MT	VIVO	8,03
GO	ALGAR	8,02
SE	CLARO	8,02
MG	CLARO	8,02
SC	VIVO	8,01
PB	TIM	7,99
SE	OI	7,99
MS	TIM	7,99
CE	TIM	7,98
MA	TIM	7,97
TO	VIVO	7,97
AC	OI	7,96
PR	CLARO	7,96
RJ	CLARO	7,95
RO	OI	7,94
AL	OI	7,94
MG	VIVO	7,93
RR	TIM	7,91

UF	PRESTADORA	ISG
RS	VIVO	7,90
PI	TIM	7,90
ES	VIVO	7,90
RN	OI	7,86
TO	TIM	7,82
GO	CLARO	7,81
PI	OI	7,80
ES	OI	7,79
AM	VIVO	7,78
RS	OI	7,77
RJ	VIVO	7,73
SP	VIVO	7,73
BA	TIM	7,73
AC	TIM	7,73
PR	VIVO	7,73
MA	OI	7,72
RR	OI	7,71
SC	TIM	7,69
RN	TIM	7,68
PA	VIVO	7,67
MG	ALGAR	7,66
GO	TIM	7,66
GO	VIVO	7,66
DF	CLARO	7,66
AP	OI	7,65
AM	OI	7,65
MG	TIM	7,65
PA	TIM	7,65

UF	PRESTADORA	ISG
SP	OI	7,63
SP	TIM	7,62
PR	TIM	7,62
RR	VIVO	7,61
AP	TIM	7,59
SE	VIVO	7,58
AC	VIVO	7,58
BA	CLARO	7,57
CE	OI	7,57
ES	TIM	7,56
AL	TIM	7,56
DF	OI	7,52
BA	VIVO	7,50
DF	VIVO	7,48
RS	TIM	7,48
SE	TIM	7,43
SC	OI	7,43
MT	OI	7,43
TO	OI	7,40
BA	OI	7,39
PE	OI	7,34
PR	OI	7,29
DF	TIM	7,27
GO	OI	7,25
RJ	OI	7,21
PB	OI	7,20
MG	OI	7,08

TELEFONIA FIXA

UF	PRESTADORA	ISG
SC	UNIFIQUE	8,37
AP	OI	8,12
AM	OI	7,88
ES	OI	7,87
SP	ALGAR	7,86
RO	OI	7,80
AM	TIM	7,78
PE	CLARO	7,70
RN	CLARO	7,68
GO	ALGAR	7,64
CE	CLARO	7,63
PB	CLARO	7,62
RS	CLARO	7,62
PR	CLARO	7,61
PR	OI	7,60
MG	ALGAR	7,60
PB	VIVO	7,54
MS	VIVO	7,50
SP	VIVO	7,49

UF	PRESTADORA	ISG
RJ	CLARO	7,48
MA	CLARO	7,47
SP	CLARO	7,47
RS	VIVO	7,46
RJ	OI	7,43
ES	CLARO	7,43
CE	OI	7,42
MA	OI	7,41
AL	CLARO	7,40
AC	OI	7,40
SC	OI	7,39
RS	OI	7,39
SP	TIM	7,38
RJ	VIVO	7,38
MG	CLARO	7,37
SC	CLARO	7,36
BA	CLARO	7,34
AM	CLARO	7,33
MG	TIM	7,32

UF	PRESTADORA	ISG
MS	CLARO	7,30
RR	OI	7,26
PI	CLARO	7,25
GO	OI	7,23
PA	CLARO	7,23
PE	TIM	7,22
MG	VIVO	7,22
GO	CLARO	7,22
PI	OI	7,22
PA	OI	7,20
MT	OI	7,19
SE	CLARO	7,19
ES	VIVO	7,18
RN	OI	7,17
CE	VIVO	7,13
PR	VIVO	7,10
MT	CLARO	7,09
MG	OI	7,08
MS	OI	7,06

UF	PRESTADORA	ISG
PE	OI	7,06
AL	OI	7,06
MT	VIVO	7,03
RJ	TIM	7,00
BA	TIM	6,97
DF	OI	6,97
GO	VIVO	6,97
GO	TIM	6,95
PE	VIVO	6,80
DF	CLARO	6,78
SC	VIVO	6,77
SE	OI	6,74
PB	OI	6,73
BA	OI	6,73
BA	VIVO	6,69
DF	VIVO	6,68
TO	OI	6,64
SE	VIVO	6,49

TV POR ASSINATURA

UF	PRESTADORA	ISG
SC	UNIFIQUE	8,06
PI	OI	7,92
RN	SKY	7,90
MA	OI	7,89
AM	SKY	7,80
MS	SKY	7,76
ES	OI	7,75
CE	SKY	7,74
AL	SKY	7,72
PA	SKY	7,67
CE	OI	7,65
MA	SKY	7,59
AP	SKY	7,58
RJ	SKY	7,53
PE	CLARO	7,53
PI	SKY	7,52
SC	SKY	7,51
RJ	CLARO	7,48
PB	SKY	7,48
PE	SKY	7,44

UF	PRESTADORA	ISG
SP	SKY	7,43
PB	OI	7,41
RS	OI	7,40
MG	OI	7,40
RN	CLARO	7,40
ES	SKY	7,38
SE	OI	7,34
RO	SKY	7,33
RS	VIVO	7,33
RN	OI	7,32
PR	SKY	7,30
SP	VIVO	7,30
RS	CLARO	7,29
MG	SKY	7,29
PB	CLARO	7,25
TO	SKY	7,22
SE	SKY	7,21
MT	OI	7,18
SC	VIVO	7,17
AL	OI	7,16

UF	PRESTADORA	ISG
ES	VIVO	7,16
BA	SKY	7,15
SC	OI	7,14
PI	CLARO	7,14
RS	SKY	7,13
CE	VIVO	7,12
BA	CLARO	7,08
PR	CLARO	7,07
PA	OI	7,05
GO	VIVO	7,05
PE	OI	7,04
PA	CLARO	7,02
GO	OI	7,01
MG	VIVO	7,00
CE	CLARO	6,98
AM	CLARO	6,97
MT	SKY	6,97
DF	VIVO	6,96
BA	OI	6,93
RJ	VIVO	6,93

UF	PRESTADORA	ISG
DF	SKY	6,90
GO	SKY	6,88
MA	CLARO	6,85
MS	CLARO	6,82
MT	CLARO	6,78
SP	CLARO	6,76
MG	CLARO	6,75
PR	OI	6,74
SC	CLARO	6,73
AL	CLARO	6,70
ES	CLARO	6,69
GO	CLARO	6,66
DF	CLARO	6,64
PR	VIVO	6,64
PE	VIVO	6,59
BA	VIVO	6,47
SE	CLARO	6,45
RJ	OI	6,31
DF	OI	6,31

ANEXO III – RANQUEAMENTO DAS OPERADORAS (POR SERVIÇO E ESTADO, COM BASE NO ÍNDICE DE SATISFAÇÃO GERAL)

BANDA LARGA FIXA

UF	Prestadora	ISG	Ranking
AC	OI	7,19	1º
AC	CLARO	7,12	1º
AC	TOTAL	7,17	
AL	BRISANET	8,28	1º
AL	VIVO	6,89	2º
AL	CLARO	6,79	2º
AL	OI	6,71	2º
AL	TOTAL	6,94	
AM	OI	7,68	1º
AM	TIM	7,46	1º
AM	CLARO	6,89	2º
AM	SKY	6,76	2º
AM	TOTAL	7,09	
AP	OI	7,77	1º
AP	TOTAL	7,77	
BA	TIM	7,04	1º
BA	CLARO	6,97	2º
BA	OI	6,47	2º
BA	VIVO	6,34	2º
BA	TOTAL	6,60	
CE	MOB	7,34	1º
CE	BRISANET	7,30	1º
CE	VIVO	6,95	1º
CE	OI	6,94	1º
CE	CLARO	6,93	1º
CE	TOTAL	7,17	
DF	OI	7,10	1º
DF	VIVO	6,79	1º
DF	CLARO	6,76	1º
DF	TOTAL	6,84	

UF	Prestadora	ISG	Ranking
ES	VIVO	7,05	1º
ES	OI	7,01	1º
ES	CLARO	6,80	1º
ES	TOTAL	6,95	
GO	TIM	6,92	1º
GO	ALGAR	6,91	1º
GO	OI	6,68	1º
GO	VIVO	6,63	2º
GO	CLARO	6,52	2º
GO	SKY	5,96	2º
GO	TOTAL	6,64	
MA	OI	7,12	1º
MA	CLARO	6,77	2º
MA	SKY	6,52	2º
MA	TOTAL	6,92	
MG	VIVO	7,43	1º
MG	TIM	7,13	1º
MG	ALGAR	6,86	2º
MG	OI	6,39	3º
MG	CLARO	6,38	3º
MG	SKY	5,70	3º
MG	TOTAL	6,62	
MS	CLARO	6,89	1º
MS	VIVO	6,89	1º
MS	OI	6,63	1º
MS	TOTAL	6,77	
MT	VIVO	7,04	1º
MT	OI	6,65	2º
MT	CLARO	6,53	2º
MT	SKY	6,04	2º
MT	TOTAL	6,64	

UF	Prestadora	ISG	Ranking
PA	OI	7,22	1º
PA	CLARO	6,83	1º
PA	SKY	5,97	2º
PA	TOTAL	6,94	
PB	BRISANET	7,64	1º
PB	VIVO	7,29	2º
PB	CLARO	6,92	3º
PB	OI	6,43	3º
PB	TOTAL	7,37	
PE	BRISANET	8,17	1º
PE	TIM	7,28	2º
PE	CLARO	7,10	2º
PE	OI	7,02	2º
PE	VIVO	6,89	2º
PE	TOTAL	7,19	
PI	VIVO	7,79	1º
PI	OI	6,90	2º
PI	CLARO	6,70	2º
PI	TOTAL	6,94	
PR	OI	6,84	1º
PR	CLARO	6,70	1º
PR	VIVO	6,65	1º
PR	TOTAL	6,74	
RJ	VIVO	7,30	1º
RJ	TIM	7,19	1º
RJ	CLARO	6,84	1º
RJ	OI	6,81	1º
RJ	TOTAL	6,89	

UF	Prestadora	ISG	Ranking
RN	BRISANET	8,14	1º
RN	CLARO	7,19	2º
RN	OI	6,94	2º
RN	TOTAL	7,83	
RO	OI	7,15	1º
RO	CLARO	7,12	1º
RO	TOTAL	7,14	
RR	OI	7,13	1º
RR	TOTAL	7,13	
RS	OI	7,45	1º
RS	VIVO	7,40	1º
RS	CLARO	6,87	2º
RS	TOTAL	7,15	
SC	UNIFIQUE	7,94	1º
SC	VIVO	6,96	2º
SC	CLARO	6,70	2º
SC	OI	6,49	2º
SC	TOTAL	7,01	
SE	CLARO	6,98	1º
SE	OI	6,93	2º
SE	VIVO	6,41	2º
SE	TOTAL	6,80	
SP	ALGAR	7,62	1º
SP	VIVO	7,02	2º
SP	TIM	6,82	2º
SP	CLARO	6,75	2º
SP	SKY	6,46	2º
SP	TOTAL	6,86	
TO	CLARO	6,64	1º
TO	OI	6,13	2º
TO	TOTAL	6,25	

TELEFONIA CELULAR PÓS-PAGA

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
AC	CLARO	7,51	1º
AC	VIVO	6,81	2º
AC	OI	6,78	2º
AC	TOTAL	7,16	
AL	CLARO	8,03	1º
AL	VIVO	7,98	1º
AL	OI	7,36	2º
AL	TIM	7,00	2º
AL	TOTAL	7,50	
AM	CLARO	7,39	1º
AM	TIM	7,33	1º
AM	OI	7,24	1º
AM	VIVO	7,08	1º
AM	TOTAL	7,24	
AP	CLARO	7,70	1º
AP	VIVO	7,48	1º
AP	TIM	7,46	1º
AP	OI	6,27	2º
AP	TOTAL	7,25	
BA	CLARO	7,96	1º
BA	VIVO	7,37	2º
BA	TIM	7,25	2º
BA	OI	6,27	3º
BA	TOTAL	7,16	
CE	VIVO	8,20	1º
CE	CLARO	7,88	2º
CE	TIM	7,29	3º
CE	OI	7,05	3º
CE	TOTAL	7,39	
DF	CLARO	7,57	1º
DF	VIVO	7,55	1º
DF	TIM	7,42	2º
DF	OI	6,76	2º
DF	TOTAL	7,44	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
ES	TIM	7,43	1º
ES	CLARO	7,35	1º
ES	VIVO	7,23	1º
ES	OI	7,04	1º
ES	TOTAL	7,24	
GO	CLARO	7,88	1º
GO	VIVO	7,34	2º
GO	ALGAR	7,06	3º
GO	TIM	7,05	3º
GO	OI	6,56	3º
GO	TOTAL	7,39	
MA	CLARO	7,98	1º
MA	TIM	7,58	1º
MA	VIVO	7,44	1º
MA	OI	7,32	1º
MA	TOTAL	7,58	
MG	VIVO	7,54	1º
MG	CLARO	7,38	1º
MG	ALGAR	7,26	1º
MG	TIM	6,98	1º
MG	OI	6,74	1º
MG	TOTAL	7,21	
MS	CLARO	7,89	1º
MS	VIVO	7,58	1º
MS	TIM	7,17	2º
MS	OI	6,80	2º
MS	TOTAL	7,62	
MT	CLARO	7,84	1º
MT	VIVO	7,38	2º
MT	TIM	7,33	2º
MT	OI	6,88	2º
MT	TOTAL	7,47	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
PA	CLARO	8,18	1º
PA	VIVO	7,46	2º
PA	TIM	7,34	2º
PA	OI	6,61	3º
PA	TOTAL	7,38	
PB	TIM	7,80	1º
PB	CLARO	7,56	1º
PB	VIVO	7,49	1º
PB	OI	7,10	1º
PB	TOTAL	7,72	
PE	CLARO	8,26	1º
PE	VIVO	7,66	2º
PE	TIM	7,26	3º
PE	OI	6,85	3º
PE	TOTAL	7,42	
PI	CLARO	8,25	1º
PI	TIM	7,60	2º
PI	VIVO	7,50	2º
PI	OI	7,13	2º
PI	TOTAL	7,78	
PR	VIVO	7,87	1º
PR	CLARO	7,39	2º
PR	TIM	7,30	2º
PR	OI	6,97	2º
PR	TOTAL	7,35	
RJ	TIM	7,77	1º
RJ	VIVO	7,74	1º
RJ	CLARO	7,44	1º
RJ	OI	6,52	2º
RJ	TOTAL	7,44	
RN	CLARO	8,07	1º
RN	VIVO	7,71	1º
RN	TIM	7,64	1º
RN	OI	7,49	1º
RN	TOTAL	7,71	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
RO	CLARO	7,97	1º
RO	VIVO	7,68	2º
RO	TIM	7,31	2º
RO	OI	7,07	2º
RO	TOTAL	7,74	
RR	CLARO	7,38	1º
RR	TIM	7,21	1º
RR	VIVO	7,21	1º
RR	TOTAL	7,25	
RS	VIVO	7,78	1º
RS	CLARO	7,64	1º
RS	TIM	7,61	1º
RS	OI	7,49	1º
RS	TOTAL	7,67	
SC	CLARO	8,07	1º
SC	VIVO	7,68	2º
SC	TIM	7,23	3º
SC	OI	6,51	3º
SC	TOTAL	7,39	
SE	CLARO	7,25	1º
SE	TIM	7,20	1º
SE	OI	6,98	1º
SE	VIVO	6,92	1º
SE	TOTAL	7,00	
SP	VIVO	7,59	1º
SP	CLARO	7,45	1º
SP	TIM	7,43	1º
SP	ALGAR	7,02	2º
SP	OI	6,54	2º
SP	TOTAL	7,39	
TO	CLARO	7,86	1º
TO	TIM	7,54	1º
TO	VIVO	7,42	1º
TO	OI	6,55	2º
TO	TOTAL	7,44	

TELEFONIA CELULAR PRÉ-PAGA

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
AC	CLARO	8,41	1º
AC	OI	7,96	2º
AC	TIM	7,73	2º
AC	VIVO	7,58	2º
AC	TOTAL	8,08	
AL	CLARO	8,51	1º
AL	VIVO	8,29	1º
AL	OI	7,94	2º
AL	TIM	7,56	2º
AL	TOTAL	7,97	
AM	CLARO	8,50	1º
AM	TIM	8,18	2º
AM	VIVO	7,78	2º
AM	OI	7,65	2º
AM	TOTAL	8,08	
AP	CLARO	8,44	1º
AP	VIVO	8,13	2º
AP	OI	7,65	2º
AP	TIM	7,59	2º
AP	TOTAL	8,05	
BA	TIM	7,73	1º
BA	CLARO	7,57	1º
BA	VIVO	7,50	1º
BA	OI	7,39	1º
BA	TOTAL	7,54	
CE	CLARO	8,30	1º
CE	VIVO	8,27	2º
CE	TIM	7,98	2º
CE	OI	7,57	2º
CE	TOTAL	7,97	
DF	CLARO	7,66	1º
DF	OI	7,52	1º
DF	VIVO	7,48	1º
DF	TIM	7,27	1º
DF	TOTAL	7,53	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
ES	CLARO	8,17	1º
ES	VIVO	7,90	1º
ES	OI	7,79	1º
ES	TIM	7,56	1º
ES	TOTAL	7,88	
GO	ALGAR	8,02	1º
GO	CLARO	7,81	2º
GO	TIM	7,66	2º
GO	VIVO	7,66	2º
GO	OI	7,25	2º
GO	TOTAL	7,64	
MA	CLARO	8,33	1º
MA	VIVO	8,30	2º
MA	TIM	7,97	2º
MA	OI	7,72	2º
MA	TOTAL	8,10	
MG	CLARO	8,02	1º
MG	VIVO	7,93	1º
MG	ALGAR	7,66	2º
MG	TIM	7,65	2º
MG	OI	7,08	2º
MG	TOTAL	7,61	
MS	CLARO	8,34	1º
MS	VIVO	8,14	1º
MS	OI	8,11	1º
MS	TIM	7,99	1º
MS	TOTAL	8,20	
MT	TIM	8,18	1º
MT	CLARO	8,14	1º
MT	VIVO	8,03	2º
MT	OI	7,43	2º
MT	TOTAL	7,95	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
PA	CLARO	8,53	1º
PA	OI	8,04	2º
PA	VIVO	7,67	2º
PA	TIM	7,65	2º
PA	TOTAL	7,98	
PB	CLARO	8,46	1º
PB	VIVO	8,30	1º
PB	TIM	7,99	1º
PB	OI	7,20	2º
PB	TOTAL	7,81	
PE	CLARO	8,28	1º
PE	VIVO	8,22	1º
PE	TIM	8,07	1º
PE	OI	7,34	2º
PE	TOTAL	7,89	
PI	CLARO	8,45	1º
PI	VIVO	8,28	2º
PI	TIM	7,90	2º
PI	OI	7,80	2º
PI	TOTAL	8,17	
PR	CLARO	7,96	1º
PR	VIVO	7,73	1º
PR	TIM	7,62	1º
PR	OI	7,29	1º
PR	TOTAL	7,63	
RJ	TIM	8,10	1º
RJ	CLARO	7,95	1º
RJ	VIVO	7,73	2º
RJ	OI	7,21	2º
RJ	TOTAL	7,84	
RN	VIVO	8,36	1º
RN	CLARO	8,24	2º
RN	OI	7,86	2º
RN	TIM	7,68	2º
RN	TOTAL	7,90	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
RO	VIVO	8,24	1º
RO	CLARO	8,15	1º
RO	TIM	8,14	1º
RO	OI	7,94	1º
RO	TOTAL	8,12	
RR	CLARO	8,32	1º
RR	TIM	7,91	2º
RR	OI	7,71	2º
RR	VIVO	7,61	2º
RR	TOTAL	7,91	
RS	CLARO	8,48	1º
RS	VIVO	7,90	2º
RS	OI	7,77	2º
RS	TIM	7,48	2º
RS	TOTAL	8,02	
SC	CLARO	8,14	1º
SC	VIVO	8,01	2º
SC	TIM	7,69	2º
SC	OI	7,43	2º
SC	TOTAL	7,77	
SE	CLARO	8,02	1º
SE	OI	7,99	1º
SE	VIVO	7,58	1º
SE	TIM	7,43	1º
SE	TOTAL	7,75	
SP	ALGAR	8,33	1º
SP	CLARO	8,11	2º
SP	VIVO	7,73	2º
SP	OI	7,63	2º
SP	TIM	7,62	2º
SP	TOTAL	7,79	
TO	CLARO	8,08	1º
TO	VIVO	7,97	2º
TO	TIM	7,82	2º
TO	OI	7,40	2º
TO	TOTAL	7,90	

TELEFONIA FIXA

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
AC	OI	7,40	1º
AC	TOTAL	7,40	
AL	CLARO	7,40	1º
AL	OI	7,06	1º
AL	TOTAL	7,23	
AM	OI	7,88	1º
AM	TIM	7,78	1º
AM	CLARO	7,33	1º
AM	TOTAL	7,61	
AP	OI	8,12	1º
AP	TOTAL	8,12	
BA	CLARO	7,34	1º
BA	TIM	6,97	1º
BA	OI	6,73	1º
BA	VIVO	6,69	1º
BA	TOTAL	6,85	
CE	CLARO	7,63	1º
CE	OI	7,42	1º
CE	VIVO	7,13	1º
CE	TOTAL	7,40	
DF	OI	6,97	1º
DF	CLARO	6,78	1º
DF	VIVO	6,68	1º
DF	TOTAL	6,83	
ES	OI	7,87	1º
ES	CLARO	7,43	2º
ES	VIVO	7,18	2º
ES	TOTAL	7,55	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
GO	ALGAR	7,64	1º
GO	OI	7,23	1º
GO	CLARO	7,22	1º
GO	VIVO	6,97	1º
GO	TIM	6,95	1º
GO	TOTAL	7,19	
MA	CLARO	7,47	1º
MA	OI	7,41	1º
MA	TOTAL	7,42	
MG	ALGAR	7,60	1º
MG	CLARO	7,37	1º
MG	TIM	7,32	1º
MG	VIVO	7,22	1º
MG	OI	7,08	1º
MG	TOTAL	7,27	
MS	VIVO	7,50	1º
MS	CLARO	7,30	1º
MS	OI	7,06	1º
MS	TOTAL	7,18	
MT	OI	7,19	1º
MT	CLARO	7,09	1º
MT	VIVO	7,03	1º
MT	TOTAL	7,15	
PA	CLARO	7,23	1º
PA	OI	7,20	1º
PA	TOTAL	7,21	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
PB	CLARO	7,62	1º
PB	VIVO	7,54	1º
PB	OI	6,73	2º
PB	TOTAL	7,22	
PE	CLARO	7,70	1º
PE	TIM	7,22	2º
PE	OI	7,06	2º
PE	VIVO	6,80	2º
PE	TOTAL	7,19	
PI	CLARO	7,25	1º
PI	OI	7,22	1º
PI	TOTAL	7,22	
PR	CLARO	7,61	1º
PR	OI	7,60	1º
PR	VIVO	7,10	1º
PR	TOTAL	7,50	
RJ	CLARO	7,48	1º
RJ	OI	7,43	1º
RJ	VIVO	7,38	1º
RJ	TIM	7,00	1º
RJ	TOTAL	7,42	
RN	CLARO	7,68	1º
RN	OI	7,17	1º
RN	TOTAL	7,38	
RO	OI	7,80	1º
RO	TOTAL	7,80	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
RR	OI	7,26	1º
RR	TOTAL	7,26	
RS	CLARO	7,62	1º
RS	VIVO	7,46	1º
RS	OI	7,39	1º
RS	TOTAL	7,47	
SC	UNIFIQUE	8,37	1º
SC	OI	7,39	2º
SC	CLARO	7,36	2º
SC	VIVO	6,77	2º
SC	TOTAL	7,34	
SE	CLARO	7,19	1º
SE	OI	6,74	2º
SE	VIVO	6,49	2º
SE	TOTAL	6,82	
SP	ALGAR	7,86	1º
SP	VIVO	7,49	1º
SP	CLARO	7,47	1º
SP	TIM	7,38	1º
SP	TOTAL	7,49	
TO	OI	6,64	1º
TO	TOTAL	6,64	

TV POR ASSINATURA

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
AL	SKY	7,72	1º
AL	OI	7,16	2º
AL	CLARO	6,70	2º
AL	TOTAL	7,13	
AM	SKY	7,80	1º
AM	CLARO	6,97	2º
AM	TOTAL	7,15	
AP	SKY	7,58	1º
AP	TOTAL	7,58	
BA	SKY	7,15	1º
BA	CLARO	7,08	1º
BA	OI	6,93	1º
BA	VIVO	6,47	1º
BA	TOTAL	7,06	
CE	SKY	7,74	1º
CE	OI	7,65	2º
CE	VIVO	7,12	2º
CE	CLARO	6,98	2º
CE	TOTAL	7,49	
DF	VIVO	6,96	1º
DF	SKY	6,90	1º
DF	CLARO	6,64	1º
DF	OI	6,31	1º
DF	TOTAL	6,70	
ES	OI	7,75	1º
ES	SKY	7,38	2º
ES	VIVO	7,16	2º
ES	CLARO	6,69	2º
ES	TOTAL	7,27	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
GO	VIVO	7,05	1º
GO	OI	7,01	1º
GO	SKY	6,88	1º
GO	CLARO	6,66	1º
GO	TOTAL	6,83	
MA	OI	7,89	1º
MA	SKY	7,59	1º
MA	CLARO	6,85	2º
MA	TOTAL	7,61	
MG	OI	7,40	1º
MG	SKY	7,29	1º
MG	VIVO	7,00	1º
MG	CLARO	6,75	1º
MG	TOTAL	7,14	
MS	SKY	7,76	1º
MS	CLARO	6,82	2º
MS	TOTAL	7,26	
MT	OI	7,18	1º
MT	SKY	6,97	1º
MT	CLARO	6,78	1º
MT	TOTAL	6,91	
PA	SKY	7,67	1º
PA	OI	7,05	1º
PA	CLARO	7,02	1º
PA	TOTAL	7,41	
PB	SKY	7,48	1º
PB	OI	7,41	1º
PB	CLARO	7,25	1º
PB	TOTAL	7,33	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
PE	CLARO	7,53	1º
PE	SKY	7,44	1º
PE	OI	7,04	2º
PE	VIVO	6,59	2º
PE	TOTAL	7,33	
PI	OI	7,92	1º
PI	SKY	7,52	2º
PI	CLARO	7,14	2º
PI	TOTAL	7,66	
PR	SKY	7,30	1º
PR	CLARO	7,07	1º
PR	OI	6,74	1º
PR	VIVO	6,64	1º
PR	TOTAL	7,03	
RJ	SKY	7,53	1º
RJ	CLARO	7,48	1º
RJ	VIVO	6,93	2º
RJ	OI	6,31	2º
RJ	TOTAL	7,37	
RN	SKY	7,90	1º
RN	CLARO	7,40	1º
RN	OI	7,32	1º
RN	TOTAL	7,66	
RO	SKY	7,33	1º
RO	TOTAL	7,33	

UF	PRESTADORA	ISG	Ranking
RS	OI	7,40	1º
RS	VIVO	7,33	1º
RS	CLARO	7,29	1º
RS	SKY	7,13	1º
RS	TOTAL	7,25	
SC	UNIFIQUE	8,06	1º
SC	SKY	7,51	2º
SC	VIVO	7,17	3º
SC	OI	7,14	3º
SC	CLARO	6,73	3º
SC	TOTAL	7,05	
SE	OI	7,34	1º
SE	SKY	7,21	1º
SE	CLARO	6,45	2º
SE	TOTAL	7,10	
SP	SKY	7,43	1º
SP	VIVO	7,30	1º
SP	CLARO	6,76	1º
SP	TOTAL	6,99	
TO	SKY	7,22	1º
TO	TOTAL	7,22	