



Relatório Executivo

*PESQUISA DE SATISFAÇÃO
E QUALIDADE PERCEBIDA*

2024



SAUS QUADRA 06 BLOCOS C, E, F E H

CEP 70070-940 BRASÍLIA/DF

Presidente

Carlos Manuel Baigorri

Conselho Diretor

Alexandre Reis Siqueira Freire

Vicente Bandeira de Aquino Neto

Daniel Martins de Albuquerque (substituto)

Vinicius Oliveira Caram Guimarães (substituto)

Superintendência de Relações com Consumidores (SRC)

Cristiana Camarate Silveira Martins Leão Quinalia | Superintendente

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






Isadora Moreira Firmino

Priscila Machado Reguffe Dias

Carolina Soares Valença



Sumário

Índice de Tabelas	4
Índice de Gráficos	4
1. DO PRESENTE RELATÓRIO EXECUTIVO	6
2. DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO E DA QUALIDADE PERCEBIDA DA ANATEL.....	7
3. NOTAS METODOLÓGICAS E TRANSPARÊNCIA DOS DADOS DA PESQUISA	9
4. PANORAMA GERAL DA PESQUISA 2024	10
I. PRESTADORAS PARTICIPANTES E ENTREVISTAS.....	10
II. PERFIL DOS ENTREVISTADOS	10
5. DAS NOTAS MÉDIAS NACIONAIS DE SATISFAÇÃO GERAL E DE QUALIDADE PERCEBIDA 2024.....	13
6. NOTAS 2024 POR SERVIÇO, UNIDADE DA FEDERAÇÃO E PRESTADORA	15
 INTERNET FIXA.....	15
 TELEFONIA CELULAR PÓS-PAGA	19
 TELEFONIA CELULAR PRÉ-PAGA	23
 TELEFONIA FIXA	27
 TELEVISÃO POR ASSINATURA	31
7. DOS PADRÕES DE USO	35
A. VISÃO GERAL.....	35
B. PADRÕES DE USO DA INTERNET (FIXA E DO CELULAR)	35
C. PADRÕES DE USO NA TELEFONIA FIXA	36
D. PADRÕES DE USO NA TELEVISÃO POR ASSINATURA	37
8. DO ATENDIMENTO	39
A. CANAIS DE ATENDIMENTO.....	39
B. DOS MOTIVOS DE ATENDIMENTO	41
C. NECESSIDADE DE REPARO	43
9. PONTOS DE DESTAQUE 2024	44
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45

Anexo I – Índices de Satisfação e Indicadores de Qualidade Percebida - Nacional (por serviço e prestadora)	46
---	----

Anexo II – Índices de Satisfação (por serviço, Unidade da Federação, prestadora)	50
---	----

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Entrevistas Realizadas 2024	10
Tabela 2 - Notas Pesquisa 2024	13
Tabela 3 - Notas ISG 2024 por UF - Internet Fixa	17
Tabela 4 - Notas ISG 2024 por UF - Celular Pós-pago	21
Tabela 5 - Notas ISG 2024 por UF - Celular Pré-pago.....	25
Tabela 6 - Notas ISG 2024 por UF - Telefonia Fixa	29
Tabela 7 - Notas ISG 2024 por UF - Televisão por Assinatura	33
Tabela 8 - Padrões de Uso da Internet.....	35

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Média das idades dos entrevistados por serviço	11
Gráfico 2 - Média das rendas familiares dos entrevistados por serviço	11
Gráfico 3 - Distribuição do sexo dos entrevistados por serviço	12
Gráfico 4 – Escolaridade.....	12
Gráfico 5 - Evolução da Média da Satisfação com o Serviço.....	14
Gráfico 6 - Evolução do ISG 2024 - Internet Fixa.....	15
Gráfico 7 – Evolução da Nota de Satisfação (SG1) - Internet Fixa.....	15
Gráfico 8 - Evolução dos % dos Níveis de Satisfação com o Serviço - Internet Fixa.....	16
Gráfico 9 – Notas das Prestadoras – ISG 2024 - Internet Fixa	16
Gráfico 10 - Notas por UF - ISG 2024 - Internet Fixa.....	17
Gráfico 11 - Notas Indicadores 2024 - Internet Fixa	18
Gráfico 12 - Evolução do ISG 2024 - Celular Pós-pago	19
Gráfico 13 – Evolução da Nota de Satisfação (SG1) – Celular Pós-pago	19
Gráfico 14 - Evolução dos Percentuais dos Níveis de Satisfação (SG1) – Celular Pós-pago.....	20
Gráfico 15 – Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Celular Pós-pago	20
Gráfico 16 - Notas por UF - ISG 2024 – Celular Pós-pago	21
Gráfico 17 - Notas Indicadores 2024 – Celular Pós-pago	22
Gráfico 18 - Evolução do ISG 2024 - Celular Pré-pago	23
Gráfico 19 - Evolução da Nota de Satisfação (SG1) – Celular Pré-pago	23
Gráfico 20 - Evolução dos Percentuais dos Níveis de Satisfação (SG1) – Celular Pré-pago	24
Gráfico 21 – Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Celular Pré-pago	24
Gráfico 22 - Notas por UF - ISG 2024 – Celular Pré-pago.....	25
Gráfico 23 - Notas Indicadores 2024 – Celular Pré-pago	26
Gráfico 24 - Evolução do ISG 2024 - Telefonia Fixa.....	27
Gráfico 25 - Evolução da Nota de Satisfação (SG1) – Telefonia Fixa.....	27
Gráfico 26 - Evolução dos Percentuais dos Níveis de Satisfação (SG1) – Telefonia Fixa	28
Gráfico 27 - Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Telefonia Fixa.....	28
Gráfico 28 - Notas por UF - ISG 2024 – Telefonia Fixa	29
Gráfico 29 - Notas Indicadores 2024 – Telefonia Fixa.....	30
Gráfico 30 - Evolução do ISG 2024 - Televisão por Assinatura.....	31
Gráfico 31 - Evolução da Nota de Satisfação (SG1) – TV por Assinatura	31

Gráfico 32 - Evolução dos Percentuais dos Níveis de Satisfação (SG1) – TV por Assinatura	32
Gráfico 33 - Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Televisão por Assinatura	32
Gráfico 34 - Notas por UF - ISG 2024 – Televisão por Assinatura	33
Gráfico 35 - Notas Indicadores 2024 – Televisão por Assinatura	34
Gráfico 36 - Nos últimos seis meses com que frequência você considera que utilizou o serviço de Telefonia Fixa?.....	36
Gráfico 37 - O telefone fixo é o principal meio que você utiliza para realizar chamada de voz quando está em sua residência?	37
Gráfico 38 - Nos últimos seis meses com que frequência você considera que utilizou o serviço de Televisão por Assinatura?	38
Gráfico 39 - A Televisão por Assinatura é o principal meio que você utiliza para assistir programas de televisão, séries, filmes e jogos esportivos?	38
Gráfico 40 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento – Internet Fixa	39
Gráfico 41 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento - Celular Pós-pago	39
Gráfico 42 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento - Celular Pré-pago.....	40
Gráfico 43 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento -Telefonia Fixa	40
Gráfico 44 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento - Televisão por Assinatura	40
Gráfico 45 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Internet Fixa.....	41
Gráfico 46 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Pós Pago.....	41
Gráfico 48 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Telefonia Fixa	42
Gráfico 49 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Televisão por Assinatura.....	42
Gráfico 50 - Forma de reparo por serviço	43

1. DO PRESENTE RELATÓRIO EXECUTIVO

Este relatório objetiva apresentar à sociedade os resultados e os principais destaques da Pesquisa de Satisfação e da Qualidade Percebida 2024 da Agência Nacional de Telecomunicações.

O Relatório se inicia com informações gerais sobre a Pesquisa, tais como finalidade, metodologia e público-alvo. Em seguida, apresenta um panorama geral de 2024, trazendo os resultados exploratórios mais detalhados por serviço, estado da federação e prestadoras. Ao final, 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.

2. DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO E DA QUALIDADE PERCEBIDA DA ANATEL

A Pesquisa de Satisfação e da Qualidade Percebida da Anatel é realizada anualmente por telefone com consumidores dos serviços de telefonia fixa, telefonia celular (pré e pós-paga), internet fixa e televisão por assinatura, com fundamento no 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 respectivo [Manual de Aplicação](#) (aprovado pelo [Despacho Decisório nº 3/2023/RCIC/SRC](#)).

Ela mede simultaneamente duas dimensões: a de satisfação e a de qualidade percebida, conforme detalhado no quadro abaixo:

DIMENSÕES DA SATISFAÇÃO E DA QUALIDADE PERCEBIDA

Satisfação Geral do Consumidor (ISG)

Avaliação do consumidor acerca do resultado de sua relação de consumo junto a determinada prestadora.

Qualidade da Informação ao Consumidor (QIC)

Nível da prestação de informações ao longo do relacionamento consumidor-prestadora.

Qualidade do Funcionamento (QF)

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

Qualidade da Cobrança ou Recarga (QCR)

Avaliação sobre características da atividade de cobrança - envolvendo coerência e clareza – ou da atividade de recarga – no caso do serviço Pré-pago, quanto aos critérios de compatibilidade entre créditos cobrados e créditos consumidos e de clareza nas informações apresentadas sobre o consumo de créditos.

Qualidade do Atendimento ao Cliente (QA)

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 cálculos constantes no Manual de Aplicação. A partir de 2024 foram realizadas perguntas que viabilizaram o cálculo de um indicador de atendimento presencial.

Assim, dentro da dimensão de satisfação é calculado o Índice de Satisfação Geral (ISG), que é utilizado na composição do selo de qualidade a ser atribuído pela Agência às prestadoras, conforme previsto no modelo Regulamento de Qualidade (RQUAL), enquanto na dimensão da qualidade são avaliados os atributos da qualidade da informação ao consumidor, qualidade do funcionamento, qualidade do atendimento telefônico, digital e presencial e qualidade da cobrança ou recarga dos serviços contratados pelo consumidor.

Os resultados da Pesquisa permitem, portanto, comparar a satisfação e percepção de qualidade dos consumidores por prestadora e por serviço dentro de cada Unidade

da Federação (UF), sendo importante salientar que comparações em nível nacional não atendem aos requisitos estatísticos aplicados para essa Pesquisa.

Nesse contexto, além de prover subsídios à atuação da própria Superintendência de Relações com os Consumidores, a Pesquisa traz informações e diagnóstico relevantes que contribuem para subsidiar a Anatel no momento de propor ações e medidas regulatórias mais eficazes e efetivas para a melhoria dos serviços de telecomunicações no Brasil.

3. NOTAS METODOLÓGICAS E TRANSPARÊNCIA DOS DADOS DA PESQUISA

A partir de 2021, a Pesquisa passou a aplicar o modelo para análise de relações de consumo em serviços de telecomunicações proposto pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT)¹, que integra análises do comportamento no nível do consumidor, das operadoras de serviços de telecomunicações e de entidades reguladoras. Tal base metodológica é detalhada em relatório específico, disponível na [página da Pesquisa](#).

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 índice da Pesquisa, e que também será utilizado para composição do Selo de Qualidade (nesse caso como Índice de Qualidade Percebida - IQP).

Em relação à execução da Pesquisa, importante destacar que os questionários são elaborados pela Agência e aplicados por empresa pesquisadora independente, que é contratada pelas prestadoras participantes. Após a finalização das entrevistas por telefone, a Anatel analisa e valida os relatórios e os dados enviados pela empresa pesquisadora antes de divulgar os resultados obtidos.

As amostras de entrevistados são definidas de forma a refletir a percepção de qualidade e o grau de satisfação geral do universo total de usuários de serviços de telecomunicações, sempre considerando as prestadoras participantes da Pesquisa em cada Unidade da Federação.

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, Unidade da Federação 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 é possível consultar as notas das prestadoras para o Índice de Satisfação Geral (ISG), por Unidade da Federação e ano, bem como a evolução e detalhes das notas de cada um dos indicadores.

Por último, importante lembrar que, devido às alterações na metodologia da Pesquisa, considera-se o início de uma nova série histórica a partir de 2021, podendo-se, portanto, comparar os resultados de 2024 apenas com 2021, 2022 e 2023.

¹ 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.

4. PANORAMA GERAL DA PESQUISA 2024

I. PRESTADORAS PARTICIPANTES E ENTREVISTAS

Na edição de 2024 foram pesquisadas as empresas Claro, Oi, Tim e Vivo, além da Prestadoras de Pequeno Porte (PPPs) Algar, BRSuper, Brisanet, GB Online, Ligga, Proxima, Sky, Tely, Unifique, Valenet e Vero.

Foram realizadas 64.327 entrevistas pela empresa Kantar TNS entre os meses de julho e novembro de 2024. A Anatel selecionou os entrevistados em sorteio aleatório, a partir das bases de todos os consumidores encaminhadas por cada prestadora.

Entrevistas Realizadas 2024

Serviço	UFs	Prestadoras	Estratos* ²	Entrevistas
Internet Fixa	27	14	106	17.098
Telefonia Fixa		7	72	11.699
Celular Pós-pago		4	84	13.255
Celular Pré-pago		4	84	11.698
Televisão por Assinatura	22	5	68	10.577
TOTAIS	27	15	414	64.327

Tabela 1 - Entrevistas Realizadas 2024

As entrevistas de todos os estratos previstos no plano amostral foram finalizadas, permitindo em 2024 o total completamente da Pesquisa conforme planejamento.

II. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Foi realizada uma análise mais detalhada do perfil dos usuários em cada serviço, incluindo dados sobre idade, renda, escolaridade e sexo.

Conhecer o perfil dos usuários é primordial para que o órgão regulador possa desenvolver ações mais assertivas. As informações sociodemográficas são fundamentais para entender as diferenças de hábitos ou atitudes entre os grupos e são importantes no processo de planejamento e tomada de decisão.

- **IDADE.** A média das idades mostra que os entrevistados no serviço de Telefonia Fixa são os mais velhos e os de Celular Pré-pago são os mais novos, confirmando o padrão da edição anterior da Pesquisa. Em geral, os entrevistados dos serviços fixos são mais velhos que dos serviços de celular.

² Entende-se por estrato a combinação de consumidores a serem entrevistados por prestadora em cada Unidade Federativa.

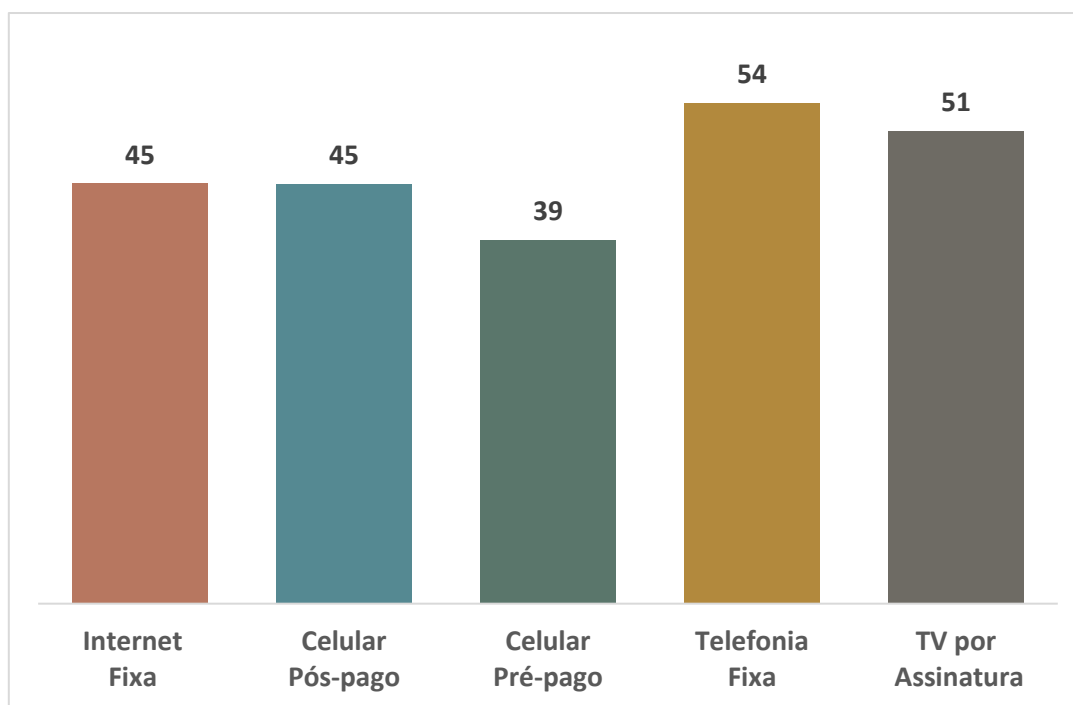


Gráfico 1 - Média das idades dos entrevistados por serviço

- RENDA MÉDIA FAMILIAR.** A renda média familiar dos entrevistados também seguiu o mesmo padrão da última edição da Pesquisa. A maior renda familiar é dos serviços de Televisão por Assinatura e Internet Fixa. Já o serviço de Celular Pré-pago tem a menor renda familiar média dentre os serviços pesquisados.

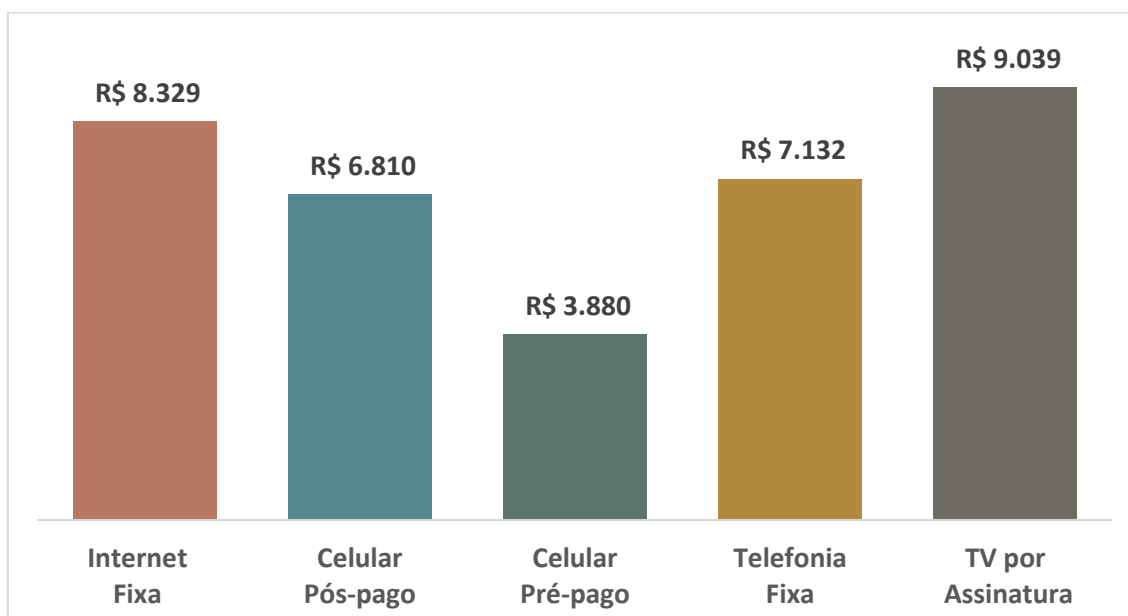


Gráfico 2 - Média das rendas familiares dos entrevistados por serviço

- **SEXO.** Na Pesquisa é registrado o sexo do respondente. Ressalta-se que esta informação não é autodeclarada pelo entrevistado, mas anotada de acordo com a percepção do entrevistador. Apenas na Telefonia Fixa há maior concentração de respondentes do sexo feminino, nos demais serviços há mais respondentes do sexo masculino.

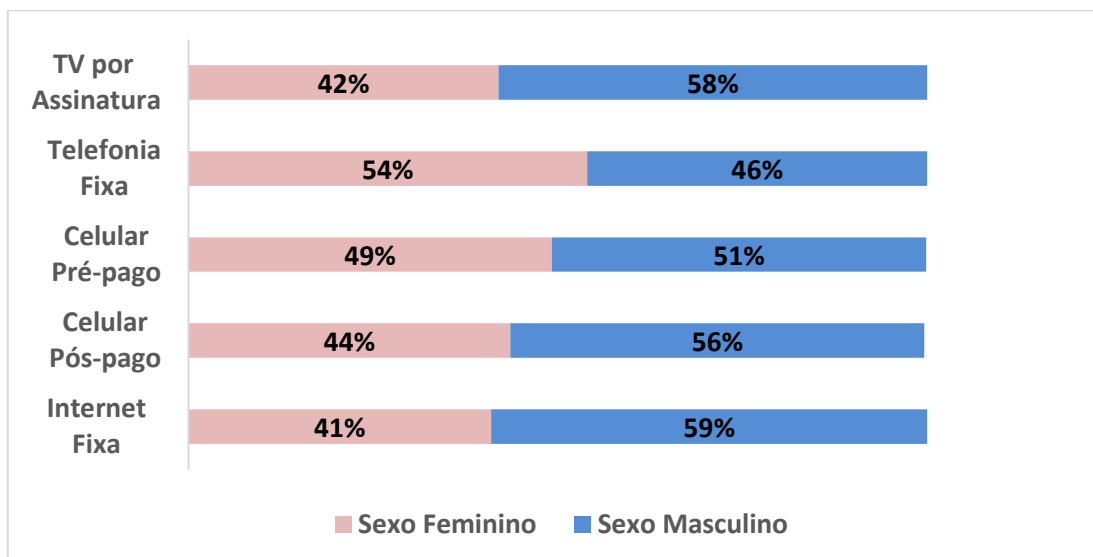


Gráfico 3 - Distribuição do sexo dos entrevistados por serviço

- **ESCOLARIDADE.** Nos serviços de Internet Fixa, Telefonia Fixa e Televisão por Assinatura há uma concentração maior de consumidores pesquisados com nível superior que os demais serviços, que a maior concentração das escolaridades é o ensino médio. No serviço de Celular Pós-pago a distribuição da escolaridade é similar para consumidores com nível médio e nível superior.

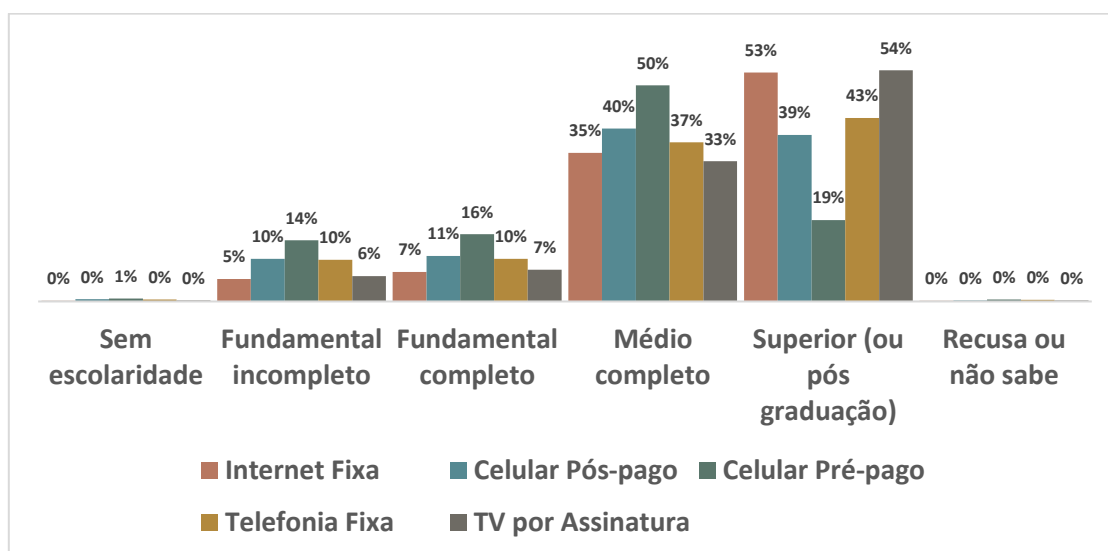


Gráfico 4 – Escolaridade

5. DAS NOTAS MÉDIAS NACIONAIS DE SATISFAÇÃO GERAL E DE QUALIDADE PERCEBIDA 2024

Seguem as notas dos indicadores para cada um dos serviços pesquisados. Observa-se que em 2024 foram realizadas perguntas aos consumidores que utilizaram o atendimento presencial, sendo possível o cálculo de um novo indicador de Qualidade do Atendimento Presencial.






Notas 2024					
SATISFAÇÃO GERAL	7,40 ↔	7,69 ↑	7,88 ↑	7,49 ↓	7,48 ↑
Qualidade da INFORMAÇÃO AO CONSUMIDOR	7,05 ↓	7,18 ↑	7,59 ↔	6,94 ↓	6,82 ↑
Qualidade do FUNCIONAMENTO	7,69 ↔	7,65 ↑	7,69 ↑	8,09 ↓	8,34 ↔
Qualidade da COBRANÇA / RECARGA	8,40 ↔	8,18 ↑	7,61 ↔	8,16 ↓	8,25 ↔
Qualidade do ATENDIMENTO TELEFÔNICO	6,40 ↓	6,52 ↔	7,08 ↔	6,41 ↓	6,23 ↓
Qualidade do ATENDIMENTO DIGITAL	6,86 ↓	7,29 ↑	7,61 ↔	6,72 ↓	6,76 ↔
Qualidade do ATENDIMENTO PRESENCIAL*	7,28	7,19	7,64	6,91	7,32

Tabela 2 - Notas Pesquisa 2024

Nota-se um decréscimo estatisticamente significativo na nota da Telefonia Fixa.

A nota da Qualidade do Atendimento Telefônico segue a menor dentre os indicadores em todos os serviços pesquisados.

Apesar das alterações de metodológicas da Pesquisa ao longo de seus 10 anos, desde a sua primeira edição a pergunta sobre o quanto o usuário está satisfeito com serviço esteve presente no questionário. O gráfico abaixo mostra que a evolução da nota da satisfação do usuário com o serviço no decorrer desses 10 anos de Pesquisa:

Evolução da Média da Satisfação com o Serviço

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?

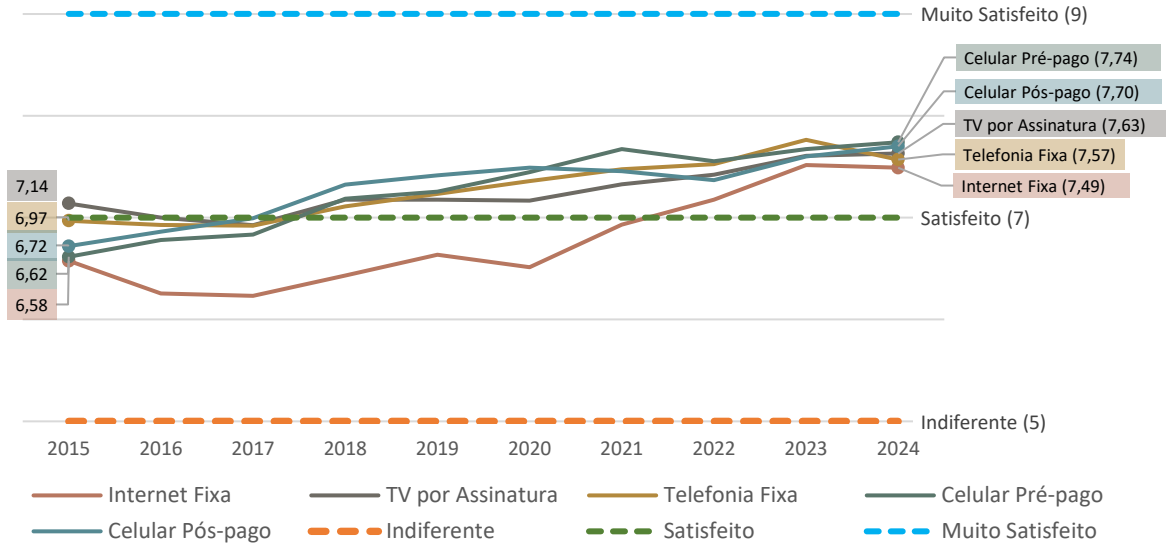


Gráfico 5 - Evolução da Média da Satisfação com o Serviço

6. NOTAS 2024 POR SERVIÇO, UNIDADE DA FEDERAÇÃO E PRESTADORA



INTERNET FIXA

A. DIMENSÃO DA SATISFAÇÃO GERAL

- **Índice de Satisfação Geral.** A média nacional do ISG em 2024 foi de 7,40, o que significou uma estabilidade na nota em relação ao ano anterior, considerando-se os testes estatísticos:

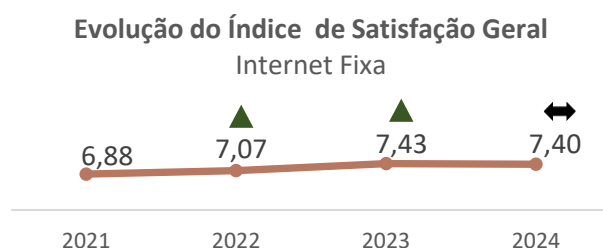


Gráfico 6 - Evolução do ISG 2024 - Internet Fixa

- **Evolução da satisfação em 10 anos.** Apesar da metodologia da Pesquisa ter tido alterações desde a sua primeira edição em 2015, em todas as edições os entrevistados responderam à pergunta “O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?”. A seguir, gráficos com as evoluções das notas e dos percentuais por nível de satisfação das respostas à pergunta de satisfação:

Evolução da Nota de Satisfação com o Serviço - Internet Fixa

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?

Escala CSAT de qualificação da nota

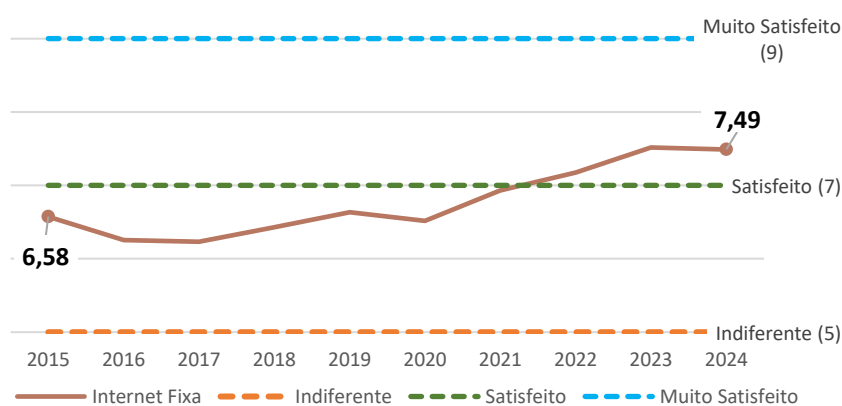


Gráfico 7 – Evolução da Nota de Satisfação (SG1) - Internet Fixa

Evolução dos % dos Níveis de Satisfação com o Serviço - Internet Fixa

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?
Escala CSAT de qualificação da nota

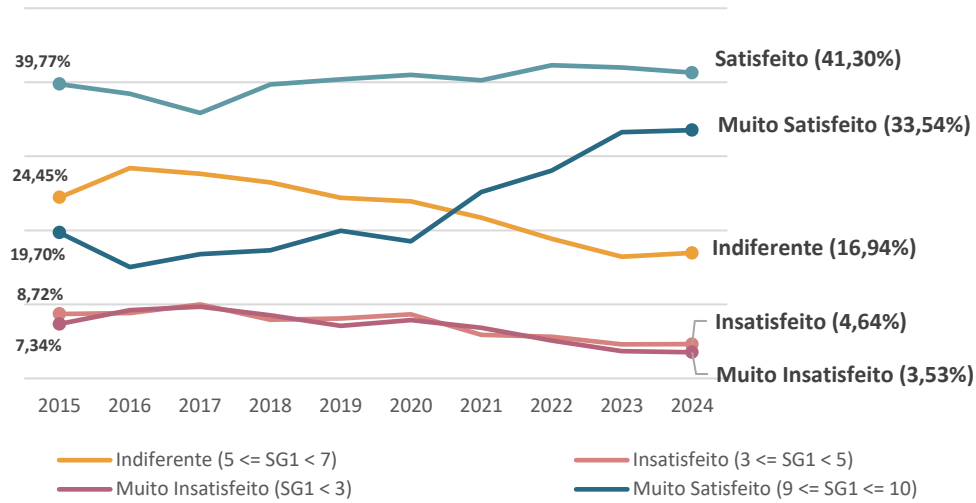


Gráfico 8 - Evolução dos % dos Níveis de Satisfação com o Serviço - Internet Fixa

- **Desempenho das prestadoras.** O serviço teve quatorze empresas pesquisadas na Pesquisa 2024, conforme o Gráfico de notas abaixo:

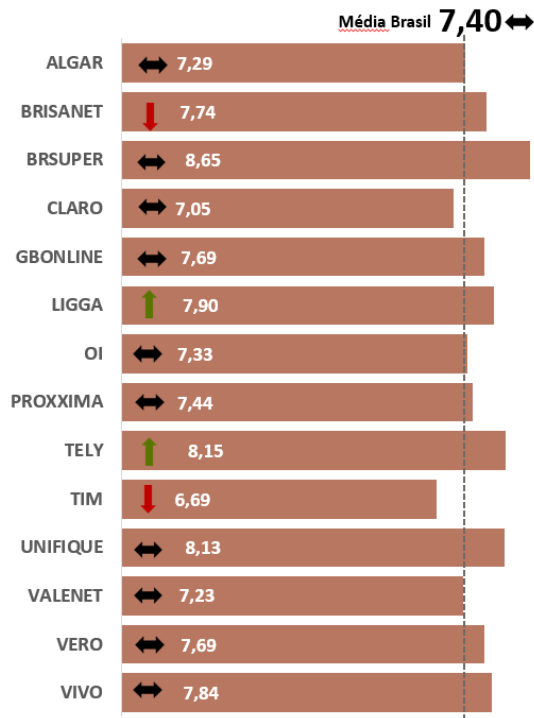


Gráfico 9 – Notas das Prestadoras – ISG 2024 - Internet Fixa

- **Notas do ISG por Unidade da Federação.** Nas notas por UF, a maior nota absoluta de ISG foi registrada no Amapá e a menor no Acre.

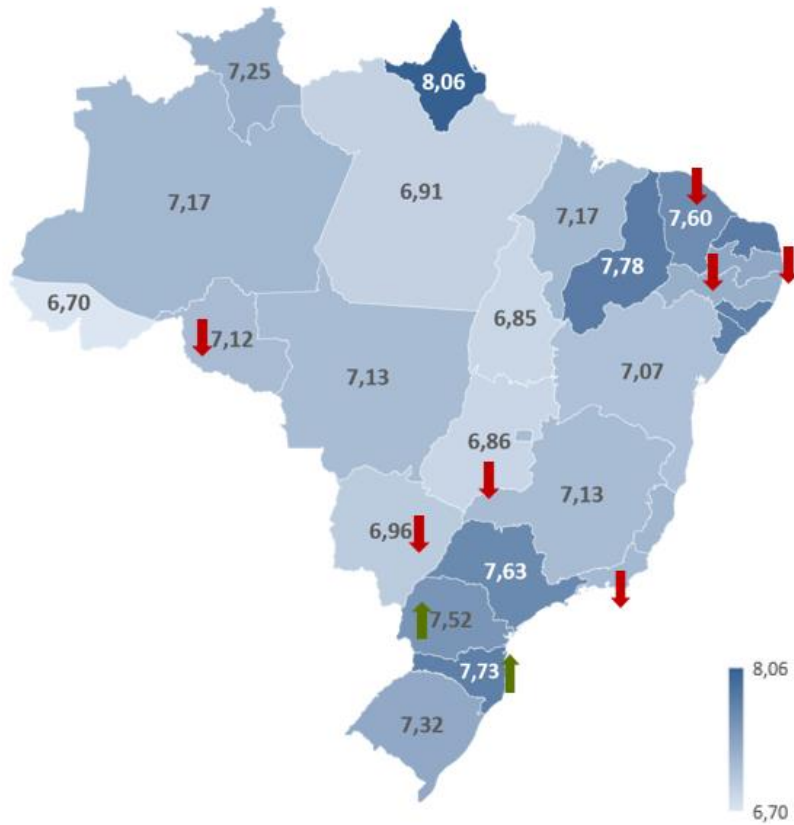


Gráfico 10 - Notas por UF - ISG 2024 - Internet Fixa

Sigla	UF	Nota
AC	Acre	6,70↔
AL	Alagoas	7,74↔
AM	Amazonas	7,17↔
AP	Amapá	8,06↔
BA	Bahia	7,07↔
CE	Ceará	7,60↓
DF	Distrito Federal	7,12↔
ES	Espírito Santo	7,17↔
GO	Goiás	6,86↓
MA	Maranhão	7,17↔
MG	Minas Gerais	7,13↔
MS	Mato Grosso do Sul	6,96↓
MT	Mato Grosso	7,13↔
PA	Pará	6,91↔
PB	Paraíba	7,33↓

Sigla	UF	Nota
PE	Pernambuco	7,25↓
PI	Piauí	7,78↔
PR	Paraná	7,52↑
RJ	Rio de Janeiro	7,16↓
RN	Rio Grande do Norte	7,77↔
RO	Rondônia	7,12↓
RR	Roraima	7,25↔
RS	Rio Grande do Sul	7,32↔
SC	Santa Catarina	7,73↑
SE	Sergipe	7,74↔
SP	São Paulo	7,63↔
TO	Tocantins	6,85↔

Tabela 3 - Notas ISG 2024 por UF - Internet Fixa

- **Destaque ISG 2024.** A Internet Fixa é o serviço com os consumidores menos satisfeitos dentre os pesquisados. A nota do ISG permaneceu estável em relação à 2023.

B. DIMENSÃO DA PERCEPÇÃO DE QUALIDADE

- **Indicadores de Qualidade Percebida.** O indicador que obteve a melhor avaliação dos consumidores foi o de Cobrança, enquanto aquele com a menor percepção de qualidade foi o Atendimento Telefônico, seguindo o mesmo padrão apurado desde 2021.

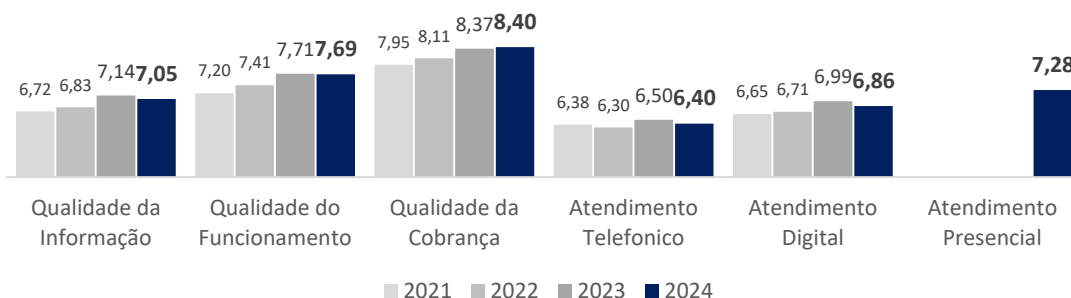


Gráfico 11 - Notas Indicadores 2024 - Internet Fixa

- **Destaques dimensões da qualidade 2024.** Não foram observadas melhorias nas notas dos indicadores de qualidade. Qualidade de funcionamento e qualidade da cobrança se mantiveram estáveis. Nos demais indicadores é possível verificar queda nas notas.

C. RELAÇÃO ENTRE SATISFAÇÃO E QUALIDADE

Para o serviço de Internet Fixa destacaram-se as dimensões de Funcionamento e de Informação ao Consumidor como as que mais contribuem para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor³.

Isso significa, de maneira geral, que eventuais ações que trabalhem com essas dimensões tendem a contribuir mais efetivamente para aumentar o nível de satisfação com o serviço.

³ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – 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.



TELEFONIA CELULAR PÓS-PAGA

A. DIMENSÃO DA SATISFAÇÃO GERAL

- **Índice de Satisfação Geral.** A média nacional do Índice de Satisfação Geral (ISG) em 2024 foi 7,69, o que significou um aumento estatisticamente significativo em relação ao ano anterior.

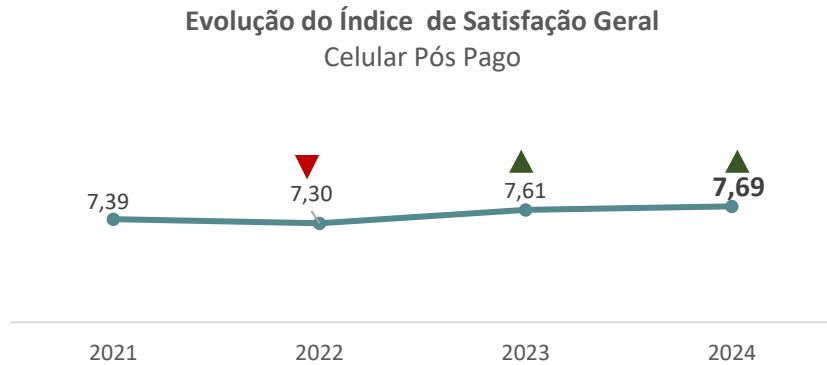


Gráfico 12 - Evolução do ISG 2024 - Celular Pós-pago

- **Evolução da satisfação em 10 anos.** Apesar da metodologia da Pesquisa ter tido alterações desde a sua primeira edição em 2015, em todas as edições os entrevistados responderam à pergunta “O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?”. A seguir, gráficos com as evoluções das notas e dos percentuais por nível de satisfação das respostas à pergunta de satisfação:

Evolução da Nota de Satisfação com o Serviço - Celular Pós-pago

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?

Escala CSAT de qualificação da nota

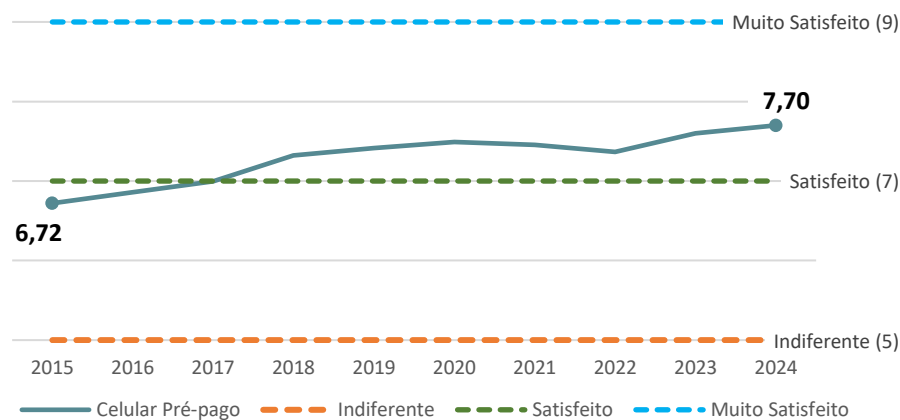


Gráfico 13 – Evolução da Nota de Satisfação (SG1) – Celular Pós-pago

Evolução dos % dos Níveis de Satisfação com o Serviço - Celular Pós-pago

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?

Escala CSAT de qualificação da nota

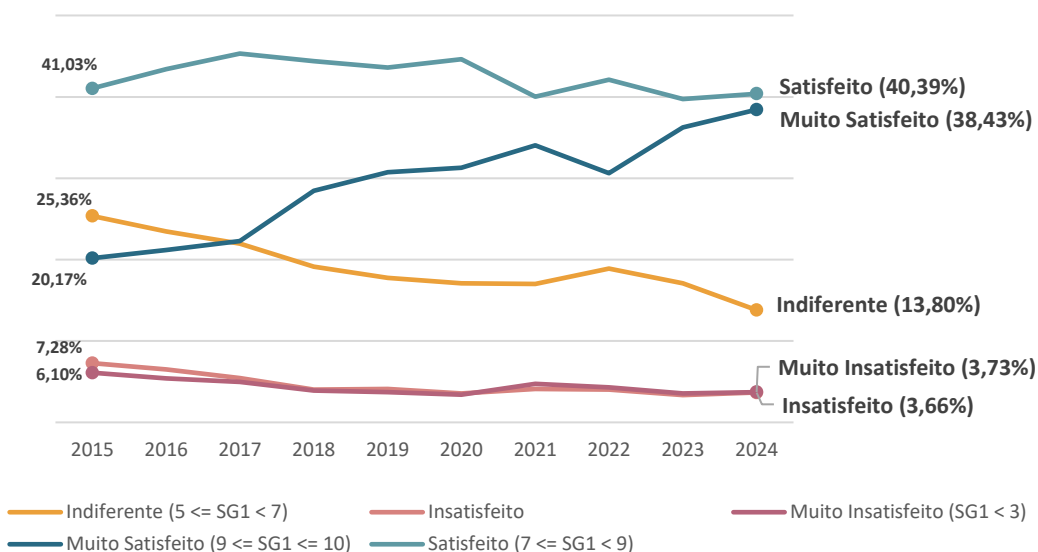


Gráfico 14 - Evolução dos Percentuais dos Níveis de Satisfação (SG1) – Celular Pós-pago

- **Desempenho das prestadoras.** O serviço teve quatro prestadoras pesquisadas na Pesquisa 2024, conforme o gráfico de notas abaixo:

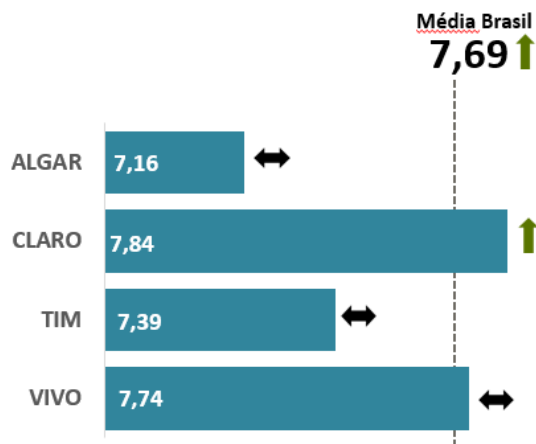


Gráfico 15 – Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Celular Pós-pago

- **Notas do ISG por Unidade da Federação.** Nas notas do serviço por UF, a maior nota absoluta de ISG foi registrada no Rio Grande do Sul e a menor em Minas Gerais.

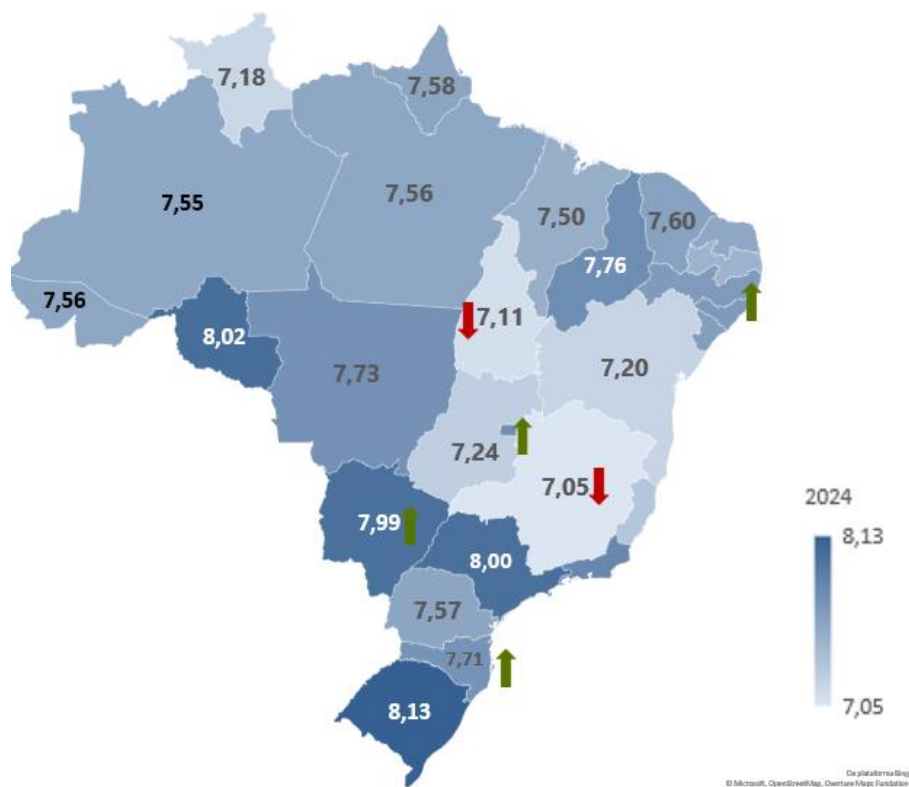


Gráfico 16 - Notas por UF - ISG 2024 – Celular Pós-pago

Sigla	UF	Nota
AC	Acre	7,56↔
AL	Alagoas	7,66↔
AM	Amazonas	7,55↔
AP	Amapá	7,58↔
BA	Bahia	7,20↔
CE	Ceará	7,60↔
DF	Distrito Federal	7,73↑
ES	Espírito Santo	7,31↔
GO	Goiás	7,24↔
MA	Maranhão	7,50↔
MG	Minas Gerais	7,05↓
MS	Mato Grosso do Sul	7,99↑
MT	Mato Grosso	7,73↔
PA	Pará	7,56↔
PB	Paraíba	7,46↔

Sigla	UF	Nota
PE	Pernambuco	7,65↑
PI	Piauí	7,76↔
PR	Paraná	7,57↔
RJ	Rio de Janeiro	7,81↔
RN	Rio Grande do Norte	7,55↔
RO	Rondônia	8,02↔
RR	Roraima	7,18↔
RS	Rio Grande do Sul	8,13↔
SC	Santa Catarina	7,71↑
SE	Sergipe	7,63↔
SP	São Paulo	8,00↔
TO	Tocantins	7,11↓

Tabela 4 - Notas por UF 2024 - Celular Pós-pago

B. DIMENSÃO DA PERCEPÇÃO DE QUALIDADE

- **Indicadores de Qualidade Percebida.** O indicador que obteve a melhor avaliação dos consumidores foi o de Cobrança, enquanto aquele com a menor percepção de qualidade foi o Atendimento Telefônico, seguindo o mesmo padrão apurado nos anos anteriores.

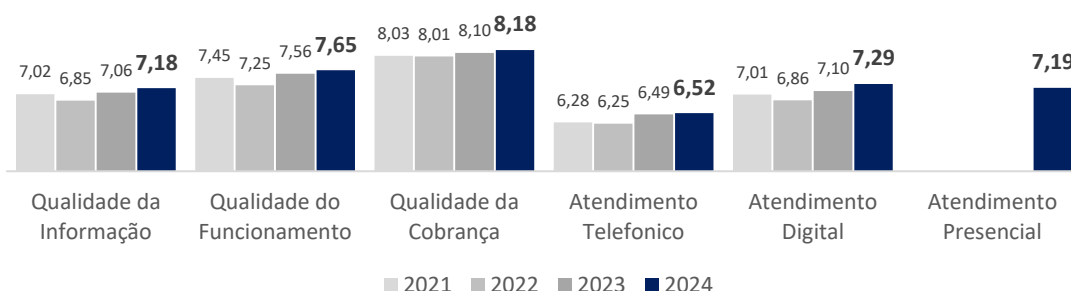


Gráfico 17 - Notas Indicadores 2024 – Celular Pós-pago

- **Destaques dimensões da qualidade 2024.** Foi observada melhoria nas notas de todos os indicadores de qualidade, a exceção do atendimento telefônico que se manteve estável. O serviço de Celular Pós-pago teve a menor nota na Qualidade do Funcionamento, repetindo o mesmo ocorrido em 2023.

C. RELAÇÃO ENTRE SATISFAÇÃO E QUALIDADE

Para o Celular Pós-pago destacaram-se as dimensões da Qualidade da Informação ao Consumidor como a que mais contribui para explicar o grau de Satisfação Geral do consumidor⁴. As dimensões de qualidade do Atendimento Telefônico e do Funcionamento também foram identificadas, mas com menor relação.

Isso significa, de maneira geral, que eventuais ações que trabalhem com essas dimensões tendem a contribuir mais efetivamente para aumentar o nível de satisfação do consumidor com o serviço.

⁴ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – 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.



TELEFONIA CELULAR PRÉ-PAGA

A. DIMENSÃO DA SATISFAÇÃO GERAL

- **Índice de Satisfação Geral.** A média nacional do Índice de Satisfação Geral (ISG) em 2024 foi 7,88, o que significou um aumento estatisticamente significativo em relação ao ano anterior.

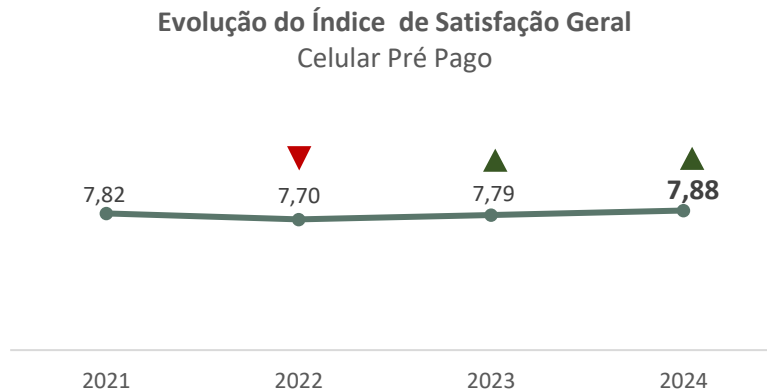


Gráfico 18 - Evolução do ISG 2024 - Celular Pré-pago

- **Evolução da satisfação em 10 anos.** Apesar da metodologia da Pesquisa ter tido alterações desde a sua primeira edição em 2015, em todas as edições os entrevistados responderam à pergunta “O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?”. A seguir, gráficos com as evoluções das notas e dos percentuais por nível de satisfação das respostas à pergunta de satisfação:

Evolução da Nota de Satisfação com o Serviço - Celular Pré-pago

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?

Escala CSAT de qualificação da nota

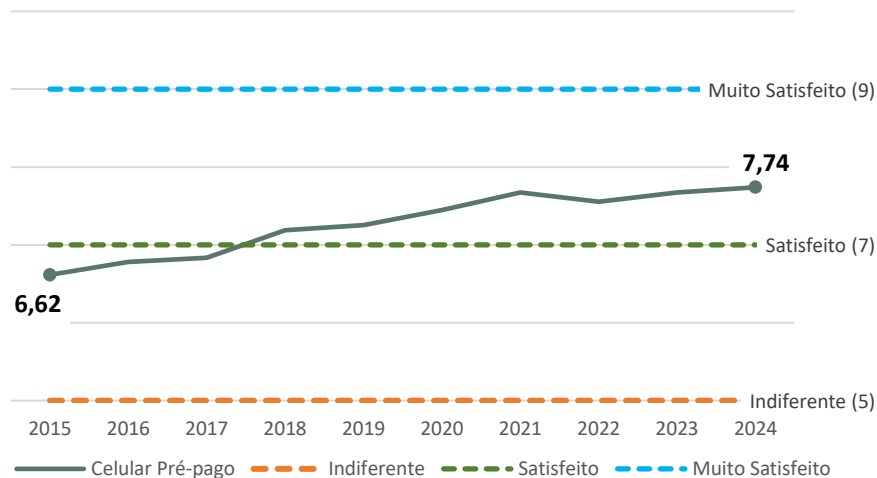


Gráfico 19 - Evolução da Nota de Satisfação (SG1) – Celular Pré-pago

Evolução dos % dos Níveis de Satisfação com o Serviço - Celular Pré-pago

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?

Escala CSAT de qualificação da nota

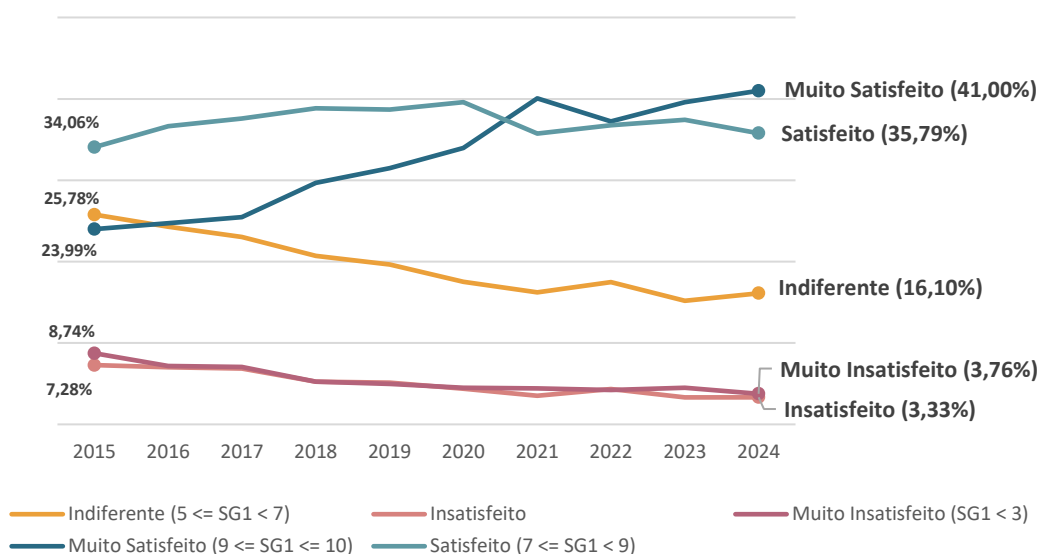


Gráfico 20 - Evolução dos Percentuais dos Níveis de Satisfação (SG1) – Celular Pré-pago

- **Desempenho das prestadoras.** O serviço teve quatro prestadoras participantes da Pesquisa 2024, conforme o gráfico de notas abaixo:

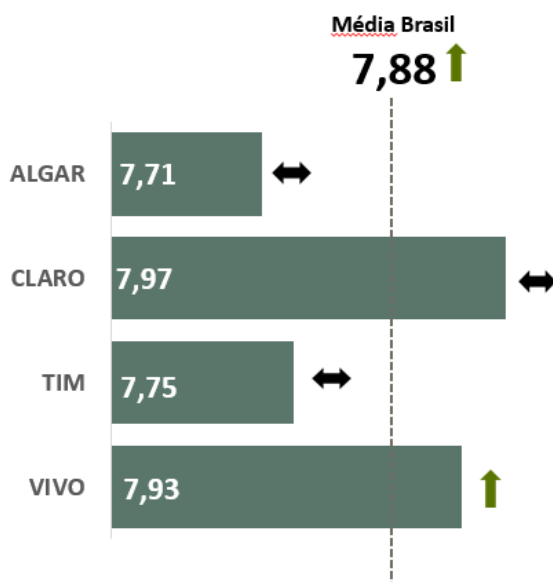


Gráfico 21 – Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Celular Pré-pago

- **Notas do ISG por Unidade da Federação.** Nas notas do serviço por UF, a maior nota absoluta de ISG foi registrada no Maranhão e a menor em Sergipe.

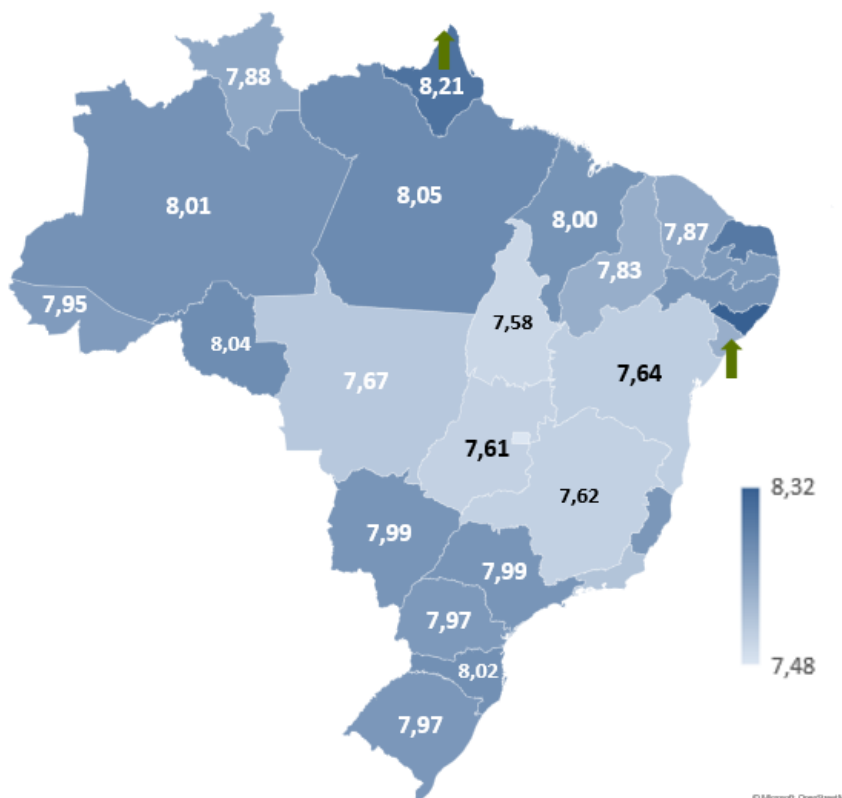


Gráfico 22 - Notas por UF - ISG 2024 – Celular Pré-pago

Sigla	UF	Nota
AC	Acre	7,95↔
AL	Alagoas	8,32↔
AM	Amazonas	8,01↔
AP	Amapá	8,21↑
BA	Bahia	7,64↔
CE	Ceará	7,87↔
DF	Distrito Federal	7,48↔
ES	Espírito Santo	7,98↔
GO	Goiás	7,61↔
MA	Maranhão	8,00↔
MG	Minas Gerais	7,62↔
MS	Mato Grosso do Sul	7,99↔
MT	Mato Grosso	7,67↔
PA	Pará	8,05↔
PB	Paraíba	7,95↔

Sigla	UF	Nota
PE	Pernambuco	8,00↔
PI	Piauí	7,83↔
PR	Paraná	7,97↔
RJ	Rio de Janeiro	7,70↔
RN	Rio Grande do Norte	8,16↔
RO	Rondônia	8,04↔
RR	Roraima	7,88↔
RS	Rio Grande do Sul	7,97↔
SC	Santa Catarina	8,02↔
SE	Sergipe	7,83↑
SP	São Paulo	7,99↔
TO	Tocantins	7,58↔

Tabela 5 - Notas por UF 2024 - Celular Pré-pago

- **Destaque ISG 2024.** O serviço de celular pré-pago tem as maiores notas no Índice de Satisfação Geral dentre os serviços pesquisados.

B. DIMENSÃO DA PERCEPÇÃO DE QUALIDADE

- **Indicadores de Qualidade Percebida.** O indicador que obteve a maior nota foi o de Funcionamento, enquanto aquele com a menor percepção de qualidade foi o Atendimento Telefônico.

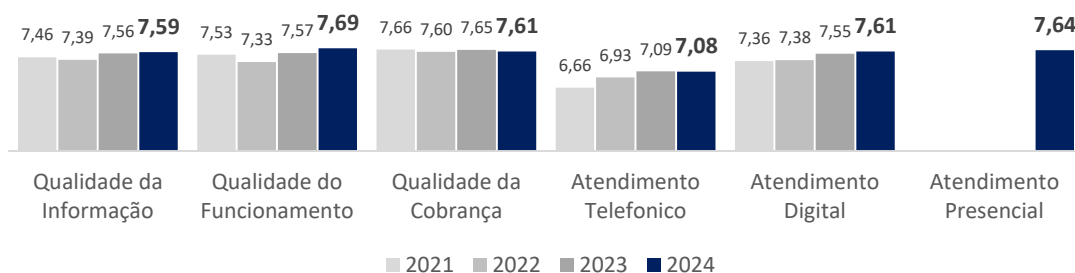


Gráfico 23 - Notas Indicadores 2024 – Celular Pré-pago

- **Destaques dimensões da qualidade 2024:**
 - O Celular pré-pago tem a melhor avaliação nos indicadores de Qualidade da Informação ao Consumidor, Qualidade dos Atendimentos Telefônico, Digital e Presencial dentre os serviços pesquisados.
 - No Pré-pago nenhum indicador de qualidade percebida teve redução estatisticamente válida em relação a 2023.
 - As notas dos indicadores de qualidade no Celular Pré-pago são inferiores a nota do Índice de Satisfação Geral do serviço. Ou seja, neste serviço, observa-se que a nota do Índice Geral de Satisfação supera as notas dos Indicadores de Qualidade.

C. RELAÇÃO ENTRE SATISFAÇÃO E QUALIDADE.

Destacaram-se a Informação ao Consumidor e o Atendimento Telefônico como as dimensões que mais contribuem para explicar o grau de Satisfação Geral.

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

A. DIMENSÃO DA SATISFAÇÃO GERAL

- **Índice de Satisfação Geral.** A média nacional do ISG foi de 7,49, o que significou uma queda estatisticamente significativa em relação ao ano anterior.

Evolução do Índice de Satisfação Geral
Telefonia Fixa

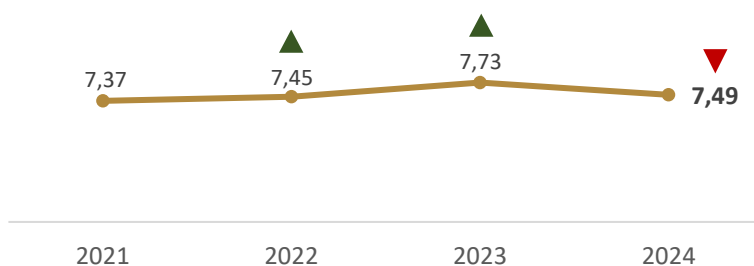


Gráfico 24 - Evolução do ISG 2024 - Telefonia Fixa

- **Evolução da satisfação em 10 anos.** Apesar da metodologia da Pesquisa ter tido alterações desde a sua primeira edição em 2015, em todas as edições os entrevistados responderam à pergunta “O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?”. A seguir, gráficos com as evoluções das notas e dos percentuais por nível de satisfação das respostas à pergunta de satisfação:

Evolução da Nota de Satisfação com o Serviço - Telefonia Fixa

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?

Escala CSAT de qualificação da nota

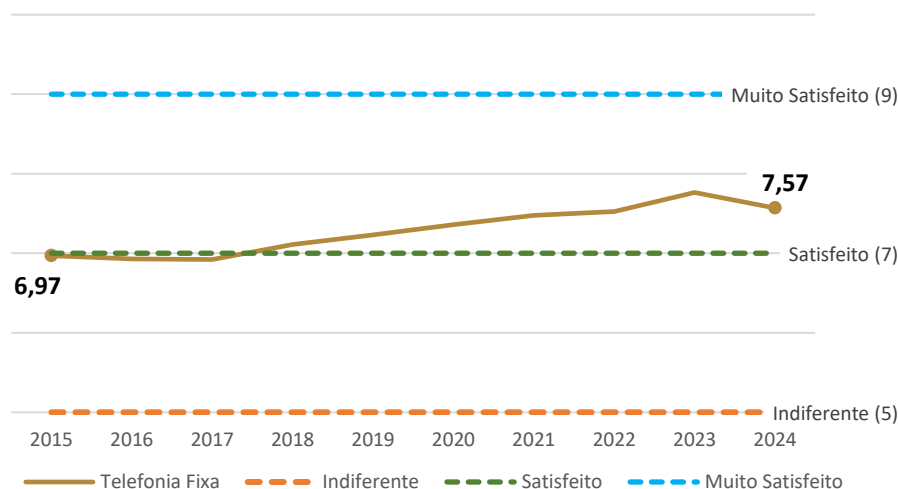


Gráfico 25 - Evolução da Nota de Satisfação (SG1) – Telefonia Fixa

Evolução dos % dos Níveis de Satisfação com o Serviço - Telefonia Fixa

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?
Escala CSAT de qualificação da nota

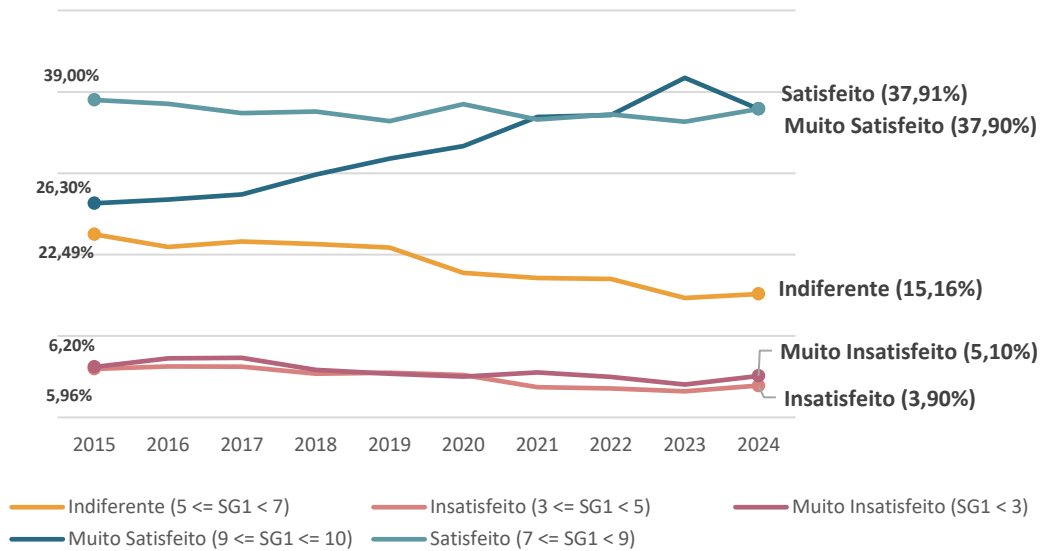


Gráfico 26 - Evolução dos Percentuais dos Níveis de Satisfação (SG1) – Telefonia Fixa

- **Desempenho das prestadoras.** O serviço teve sete prestadoras participando da Pesquisa 2024, conforme notas abaixo:

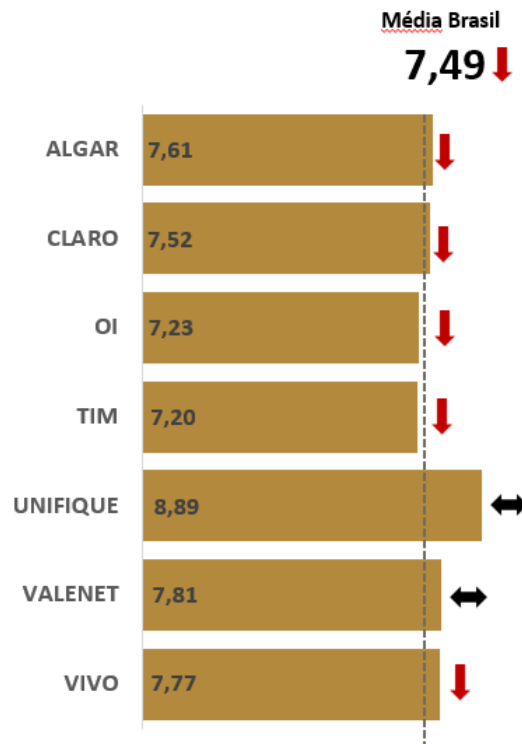


Gráfico 27 - Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Telefonia Fixa

- **Notas do ISG por Unidade da Federação.** Nas notas do serviço por UF, as maiores notas absolutas de ISG foi registrada na Paraíba. Já a menor nota absoluta foi registrada em Tocantins.

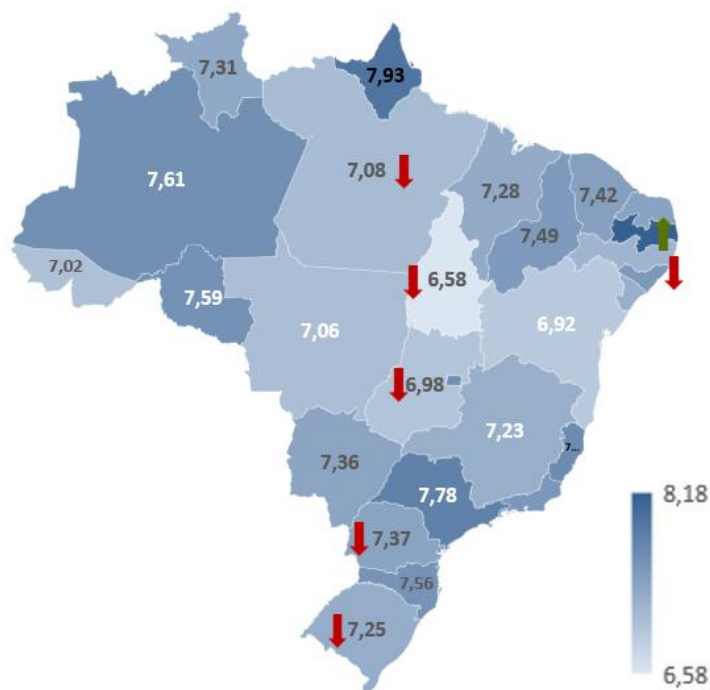


Gráfico 28 - Notas por UF - ISG 2024 – Telefonia Fixa

Sigla	UF	Nota
AC	Acre	7,02↔
AL	Alagoas	7,49↔
AM	Amazonas	7,61↔
AP	Amapá	7,93↔
BA	Bahia	6,92↔
CE	Ceará	7,42↔
DF	Distrito Federal	7,60↔
ES	Espírito Santo	7,66↔
GO	Goiás	6,98↓
MA	Maranhão	7,28↔
MG	Minas Gerais	7,23↔
MS	Mato Grosso do Sul	7,36↔
MT	Mato Grosso	7,06↔
PA	Pará	7,08↓

Sigla	UF	Nota
PB	Paraíba	8,18↑
PE	Pernambuco	7,16↓
PI	Piauí	7,49↔
PR	Paraná	7,37↓
RJ	Rio de Janeiro	7,52↔
RN	Rio Grande do Norte	7,39↔
RO	Rondônia	7,59↔
RR	Roraima	7,31↔
RS	Rio Grande do Sul	7,25↓
SC	Santa Catarina	7,56↔
SE	Sergipe	7,24↔
SP	São Paulo	7,78↔
TO	Tocantins	6,58↓

Tabela 6 - Notas por UF 2024 - Telefonia Fixa

- **Destaque ISG 2024.** A Nota do ISG teve redução estatisticamente significativa em relação à nota apurada na Pesquisa de 2023.

B. DIMENSÃO DA PERCEPÇÃO DE QUALIDADE

- **Indicadores de Qualidade Percebida.** O indicador que obteve a melhor avaliação dos consumidores na Telefonia Fixa foi o de Cobrança, seguido pelo Funcionamento. Enquanto aquele com a menor nota de percepção de qualidade foi o Atendimento Telefônico.

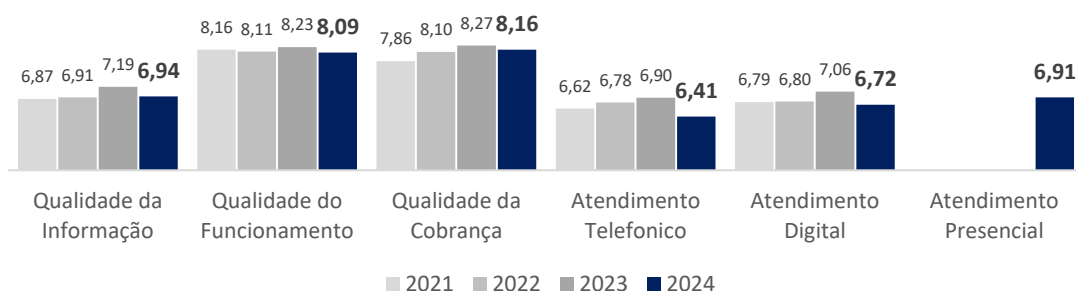


Gráfico 29 - Notas Indicadores 2024 – Telefonia Fixa

- **Destaques dimensão da qualidade 2024.** Foi observada queda nas notas de todos os indicadores de qualidade.

C. RELAÇÃO ENTRE SATISFAÇÃO E QUALIDADE

Para o serviço de Telefonia Fixa destacaram-se as dimensões de Atendimento Telefônico e Funcionamento⁵. Isso significa, de maneira geral, que eventuais intervenções no sentido de melhorar a percepção do consumidor sobre a qualidade dessas dimensões – especialmente Atendimento Telefônico e Funcionamento – tendem a contribuir para aumentar seu nível de satisfação com o serviço.

⁵ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – 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.



TELEVISÃO POR ASSINATURA

A. DIMENSÃO DA SATISFAÇÃO GERAL

- **Índice de Satisfação Geral.** A média nacional do ISG em 2024 foi de 7,48, o que significou um aumento estatisticamente significativo em relação ao ano anterior.

Evolução do Índice de Satisfação Geral
TV por Assinatura

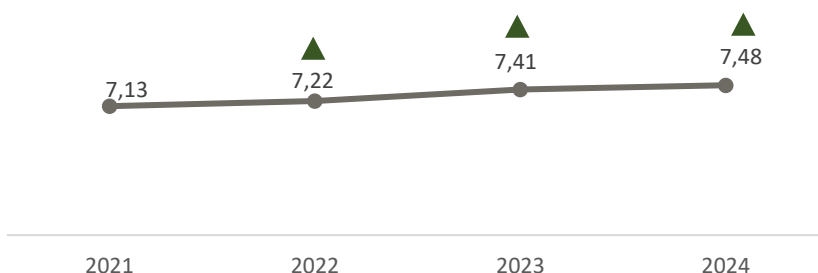


Gráfico 30 - Evolução do ISG 2024 - Televisão por Assinatura

- **Evolução da satisfação em 10 anos.** Apesar da metodologia da Pesquisa ter tido alterações desde a sua primeira edição em 2015, em todas as edições os entrevistados responderam à pergunta “O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?”. A seguir, gráficos com as evoluções das notas e dos percentuais por nível de satisfação das respostas à pergunta de satisfação:

Evolução da Nota de Satisfação com o Serviço - TV por Assinatura

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?

Escala CSAT de qualificação da nota

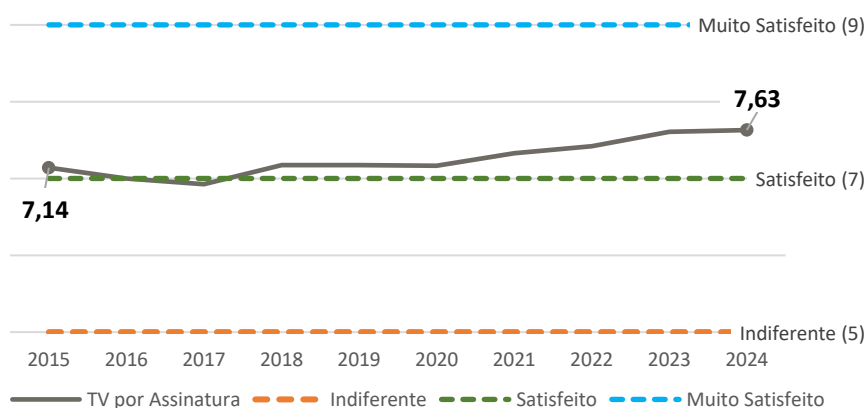


Gráfico 31 - Evolução da Nota de Satisfação (SG1) – TV por Assinatura

Evolução dos % dos Níveis de Satisfação com o Serviço - TV por Assinatura

SG1 - O quão satisfeito(a) você está com o serviço da <Prestadora>?
Escala CSAT de qualificação da nota

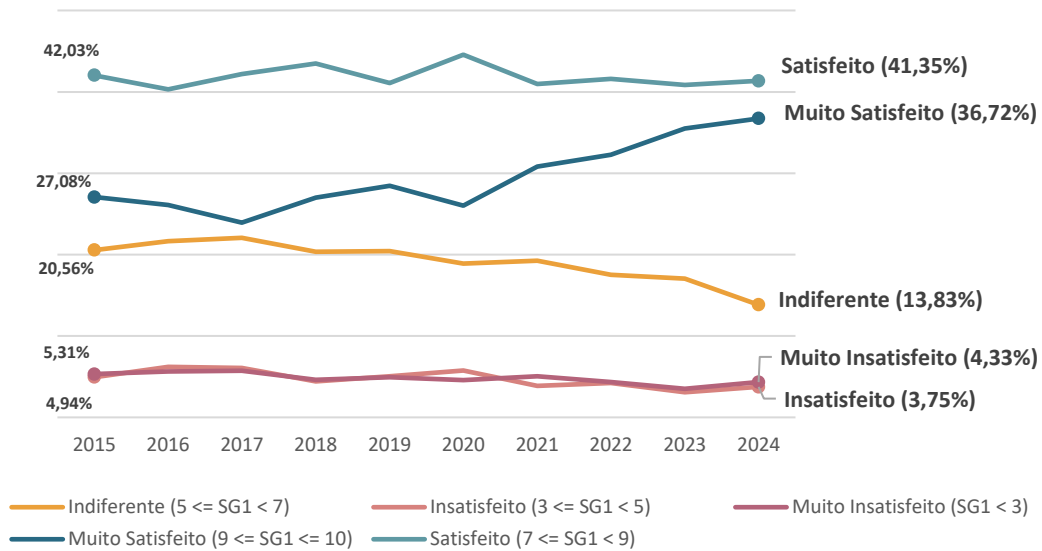


Gráfico 32 - Evolução dos Percentuais dos Níveis de Satisfação (SG1) – TV por Assinatura

- Desempenho das prestadoras.** O serviço de Televisão por Assinatura teve cinco prestadoras participantes da Pesquisa 2024, conforme Gráfico 33 - Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Televisão por Assinatura por Assinatura de notas abaixo:

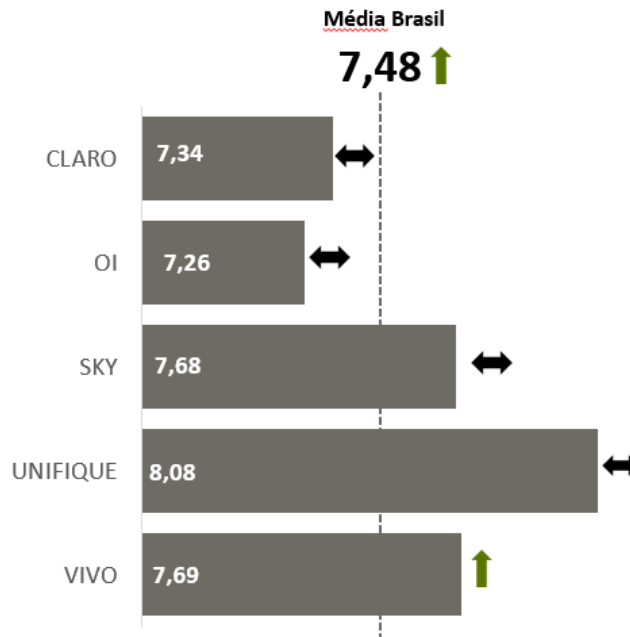


Gráfico 33 - Notas das Prestadoras – ISG 2024 – Televisão por Assinatura

- **Notas do ISG por Unidade da Federação.** Nas notas do serviço por UF, a maior nota absoluta de ISG foi registrada no Amapá e menor nota absoluta foi registrada em Goiás.

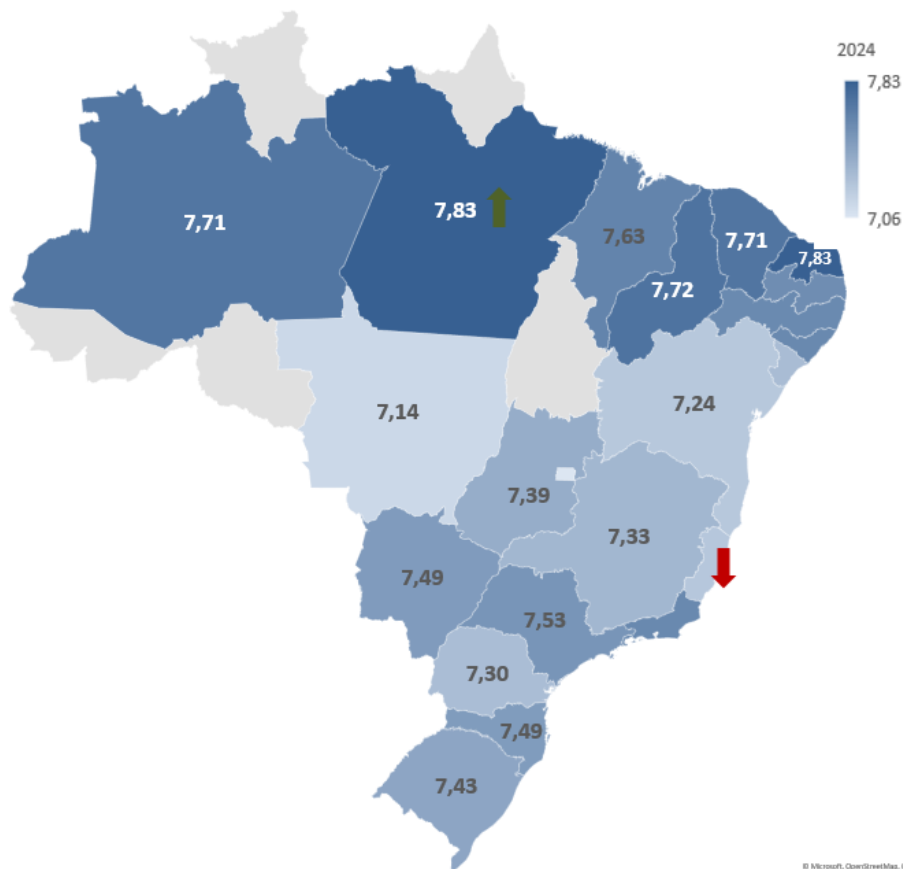


Gráfico 34 - Notas por UF - ISG 2024 – Televisão por Assinatura

Sigla	UF	Nota
AL	Alagoas	7,60↔
AM	Amazonas	7,71↔
BA	Bahia	7,24↔
CE	Ceará	7,71↔
DF	Distrito Federal	7,06↓
ES	Espírito Santo	7,24↓
GO	Goiás	7,39↑
MA	Maranhão	7,63↔
MG	Minas Gerais	7,33↔
MS	Mato Grosso do Sul	7,49↔
MT	Mato Grosso	7,14↔
PA	Pará	7,83↑

Sigla	UF	Nota
PB	Paraíba	7,57↔
PE	Pernambuco	7,59↔
PI	Piauí	7,72↔
PR	Paraná	7,30↔
RJ	Rio de Janeiro	7,60↔
RN	Rio Grande do Norte	7,83↔
RS	Rio Grande do Sul	7,43↔
SC	Santa Catarina	7,49↔
SE	Sergipe	7,30↔
SP	São Paulo	7,53↑

Tabela 7 - Notas por UF 2024 - Televisão por Assinatura

B. DIMENSÃO DA PERCEPÇÃO DE QUALIDADE

- **Indicadores de Qualidade Percebida.** O indicador que obteve a melhor avaliação dos consumidores foi o de Funcionamento, se diferenciando dos demais serviços pesquisados. Enquanto aquele com a menor percepção de qualidade foi o Atendimento Telefônico, neste caso, seguindo o padrão de resultado dos demais serviços pesquisados.

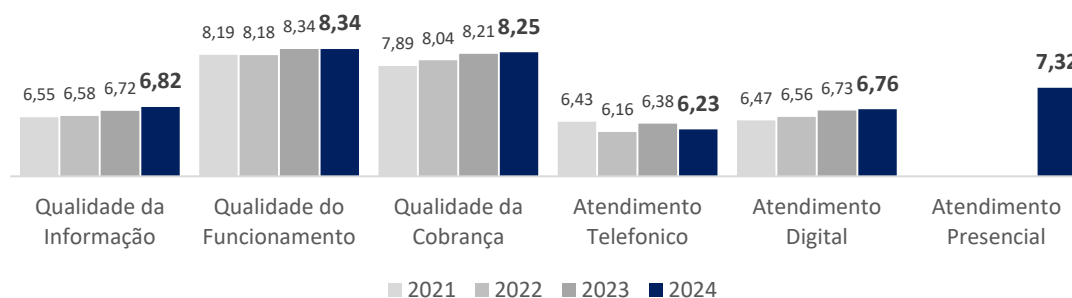


Gráfico 35 - Notas Indicadores 2024 – Televisão por Assinatura

- **Destaques dimensão da qualidade 2024.** Televisão por Assinatura foi o único serviço fixo pesquisado que teve a maior de indicadores de qualidade no Funcionamento e não na dimensão da Cobrança.

C. RELAÇÃO ENTRE SATISFAÇÃO E QUALIDADE

Para o serviço de televisão por assinatura destacaram-se as dimensões de Funcionamento, Atendimento Telefônico e Informação ao Consumidor⁶. Isso significa, de maneira geral, que eventuais intervenções no sentido de melhorar a percepção do consumidor sobre a qualidade dessas dimensões – especialmente Funcionamento – tende a contribuir para aumentar o nível de satisfação.

⁶ Por meio da modelagem de equações estruturais (MEE) foram identificadas estimativas de regressão padronizadas – 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.

7. DOS PADRÕES DE USO

A. VISÃO GERAL

No questionário da Pesquisa há um bloco de perguntas sobre padrões de uso dos consumidores entrevistados. Este bloco, além de permitir conhecer melhor os hábitos de consumo, permite que apenas os consumidores que usam determinadas funcionalidades dos serviços respondam a perguntas específicas sobre a Qualidade do Funcionamento.

B. PADRÕES DE USO DA INTERNET (FIXA E DO CELULAR)

Usou a internet para...	Celular Pós-pago	Celular Pré-pago	Internet Fixa
Assiste vídeos e filmes por aplicativos como Youtube ou Netflix?	57%	54%	88%
Navegar na internet em sites em geral	82%	76%	91%
Acessar redes sociais como Facebook, Instagram ou Twitter	87%	81%	88%
Troca mensagens de texto	94%	90%	96%
Enviar fotos e vídeos por aplicativos de mensagens ou redes sociais	85%	78%	87%
Fazer chamadas de vídeo	80%	74%	56%
Jogar Online	17%	21%	26%

Tabela 8 - Padrões de Uso da Internet

Como resultado da medição dos padrões de uso da internet nos serviços de Celular Pós e Pré-pago e de Internet Fixa, conforme se vê na Tabela 8 - Padrões de Uso da Internet, o que se destaca é o alto uso dos serviços para acesso a redes sociais em todos os serviços.

Nota-se que assistir filmes via streaming – atividade notoriamente intensiva em uso dos recursos da rede de telecomunicações – permanece seguindo o padrão do ano anterior com o serviço de Internet Fixa como o preferido, com a proporção de consumidores que fazem este uso do serviço sendo mais de 30 pontos percentuais acima dos serviços de Celular.

Outras duas atividades de uso intensivo da rede também apresentam percentuais relevantes de consumidores que fazem uso delas no serviço de internet, embora em níveis menores que as anteriormente apresentadas: i) com pouco menos de um terço,

jogos *on-line* – apenas na Internet Fixa; e ii) chamadas de vídeo, com aproximadamente metade.

Esclarece-se que buscou-se deixar claro para os consumidores de serviços móveis que o uso seria durante a utilização da rede móvel e não do wi-fi.

Além disso, a maior parte dos usuários diz acessar a internet com maior frequência pelo Wi-Fi, sendo 64% no Pós, 71% no Pré e 83% na Internet Fixa.

C. PADRÕES DE USO NA TELEFONIA FIXA

Com o objetivo de entender melhor o perfil dos usuários do serviço de Telefonia Fixa, desde 2023, são realizadas as seguintes perguntas no questionário:

- Nos últimos seis meses com que frequência você considera que utilizou o serviço?
- O telefone fixo é o principal meio que você utiliza para realizar chamada de voz quando está em sua residência?
- Por que você utiliza o telefone fixo para realizar chamadas de voz em sua residência?

Os entrevistados no serviço de Telefonia Fixa que responderam que usam o telefone diariamente ou semanalmente somam 51%, três por cento a menos que o informado em 2023. Já os que responderam que raramente usam ou não usam somam 38% dos respondentes.

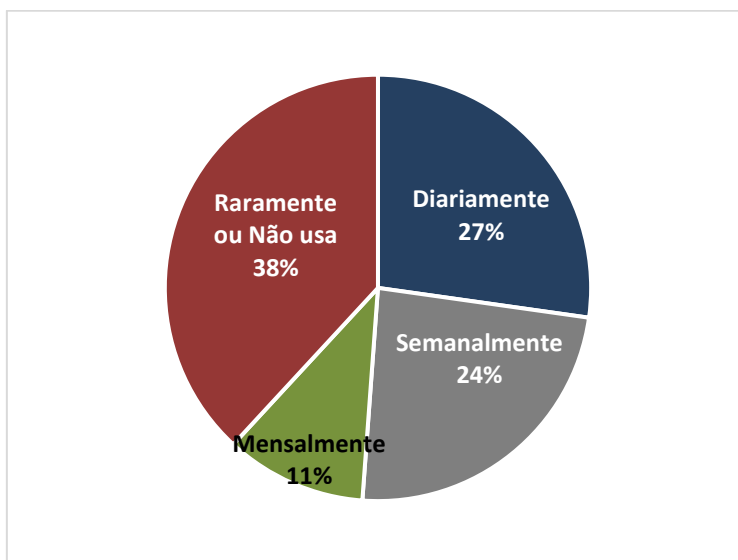


Gráfico 36 - Nos últimos seis meses com que frequência você considera que utilizou o serviço de Telefonia Fixa?

Ao serem questionados qual o principal meio que utiliza para realizar chamada de voz quando está em sua residência (*Gráfico 37 - O telefone fixo é o principal meio que você utiliza para realizar chamada de voz quando está em sua residência?*) apenas 16% dos entrevistados responderam que utilizam mais o telefone fixo. Destes a maioria (74%) relatou que usa mais o telefone fixo por gostar mais. Este padrão foi bem similar aos resultados obtidos no ano anterior.

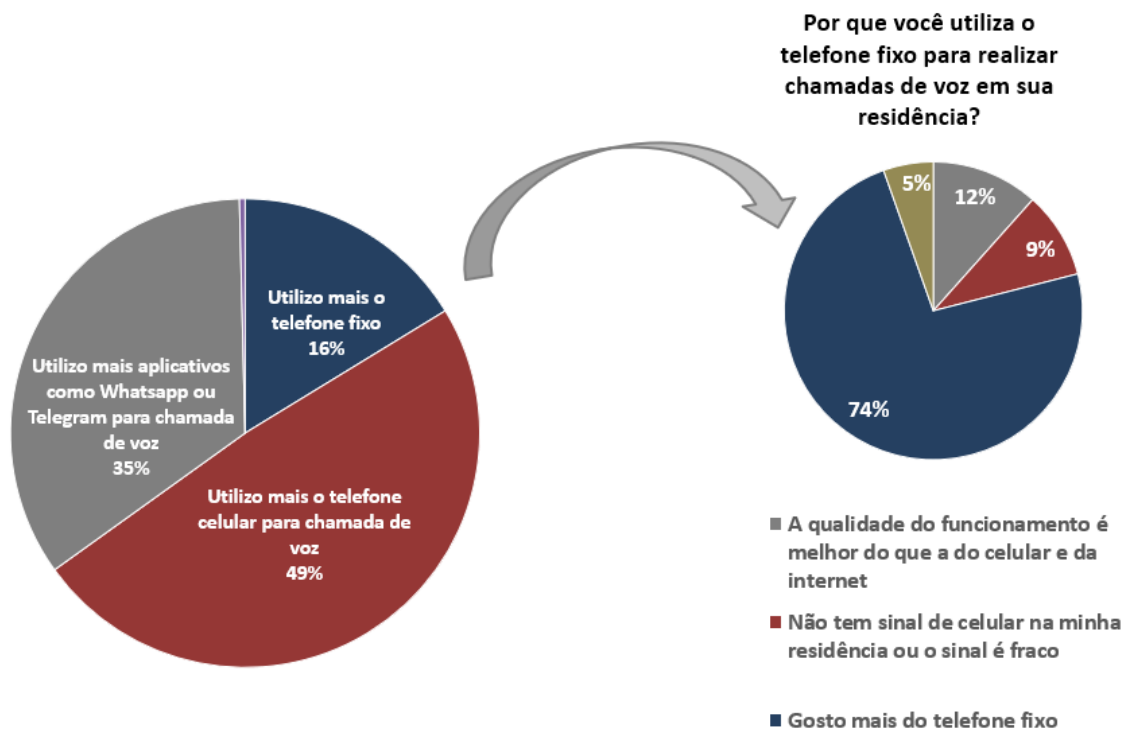


Gráfico 37 - O telefone fixo é o principal meio que você utiliza para realizar chamada de voz quando está em sua residência?

D. PADRÕES DE USO NA TELEVISÃO POR ASSINATURA

Com o objetivo de entender melhor o perfil dos usuários do serviço de Televisão por Assinatura, desde 2023 foram incluídas as seguintes perguntas no questionário:

- Nos últimos seis meses com que frequência você considera que utilizou o serviço?
- A Televisão por Assinatura é o principal meio que você utiliza para assistir programas de televisão, séries, filmes e jogos esportivos?

Mais da metade dos entrevistados, cerca de 67 pontos percentuais, responderam que utilizam o serviço de Televisão por Assinatura diariamente (Gráfico 38 - Nos últimos seis meses com que frequência você considera que utilizou o serviço de Televisão por Assinatura?).

Conforme o Gráfico 39 - *A Televisão por Assinatura é o principal meio que você utiliza para assistir programas de televisão, séries, filmes e jogos esportivos?*, 63% do total de entrevistados na Pesquisa do serviço de Televisão por Assinatura informaram que a Televisão por Assinatura é o principal meio para assistir programas de televisão, séries, filmes e jogos esportivos. Por outro lado, 35% se manifestaram relatando que, apesar de possuírem o serviço de Televisão por Assinatura, utilizavam mais outros meios como aplicativos de vídeos ou assinatura de streamings.

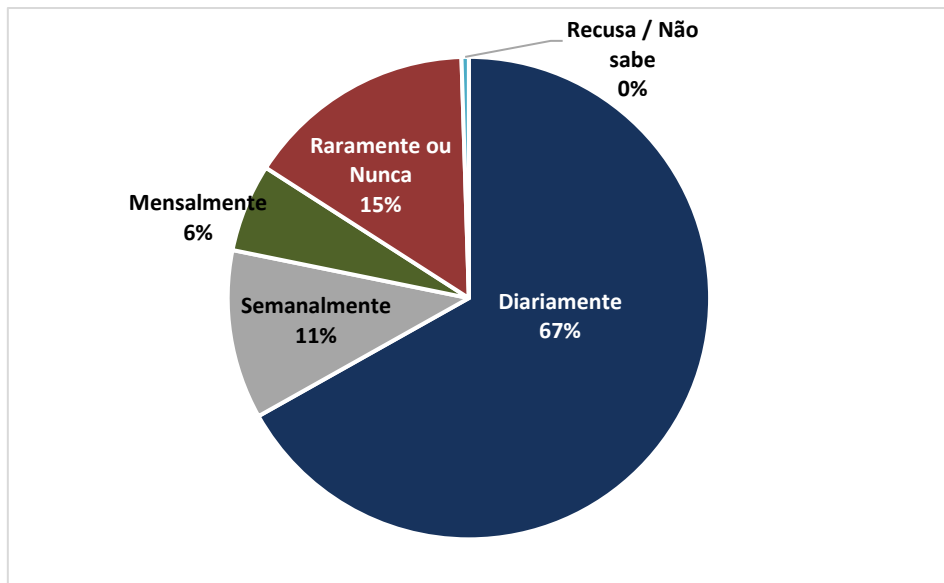


Gráfico 38 - Nos últimos seis meses com que frequência você considera que utilizou o serviço de Televisão por Assinatura?

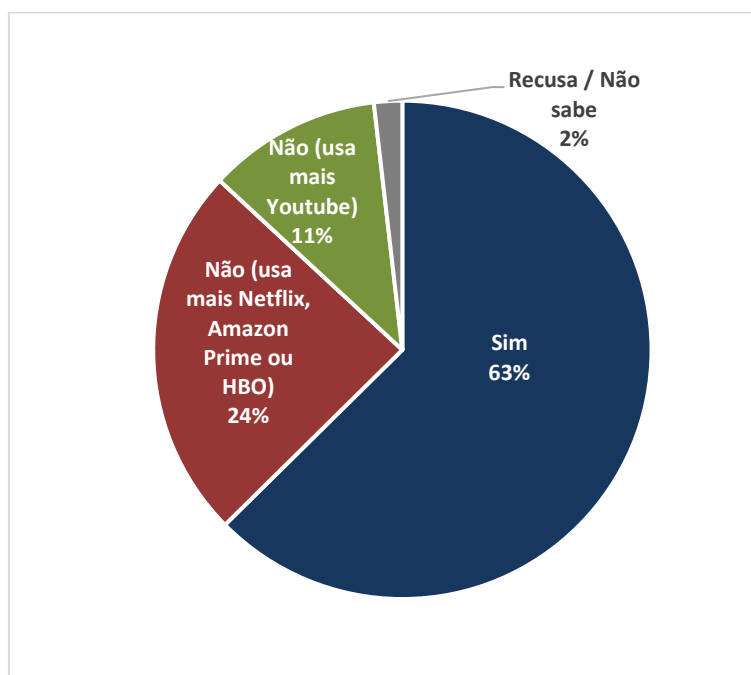


Gráfico 39 - A Televisão por Assinatura é o principal meio que você utiliza para assistir programas de televisão, séries, filmes e jogos esportivos?

8. DO ATENDIMENTO

A. CANAIS DE ATENDIMENTO

O padrão de contato do consumidor com sua prestadora está se tornando cada vez mais digital. Em todos os serviços temos um uso maior dos canais digitais, em comparação aos canais telefônico e presencial.

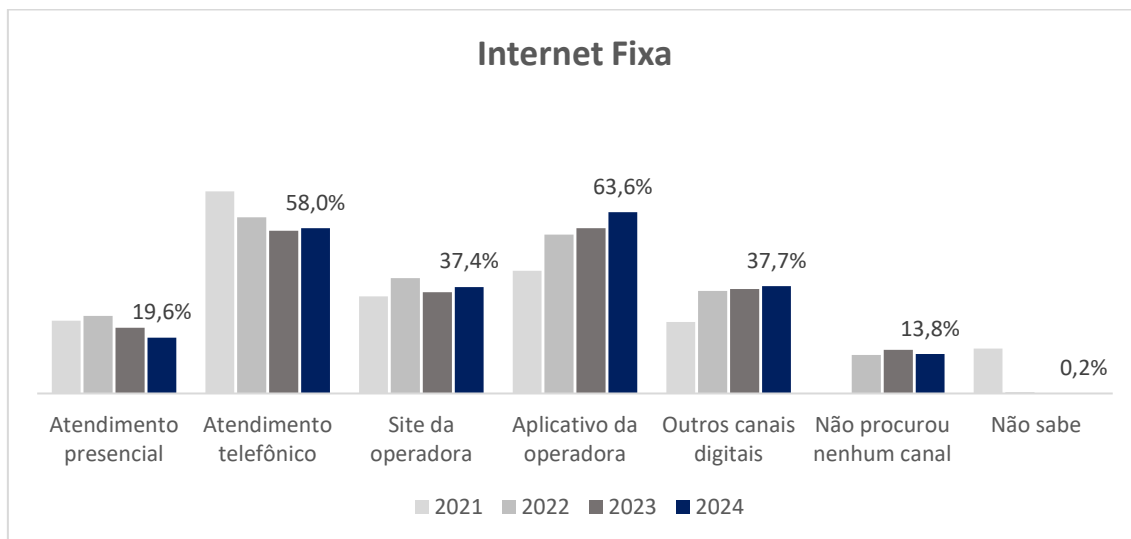


Gráfico 40 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento – Internet Fixa

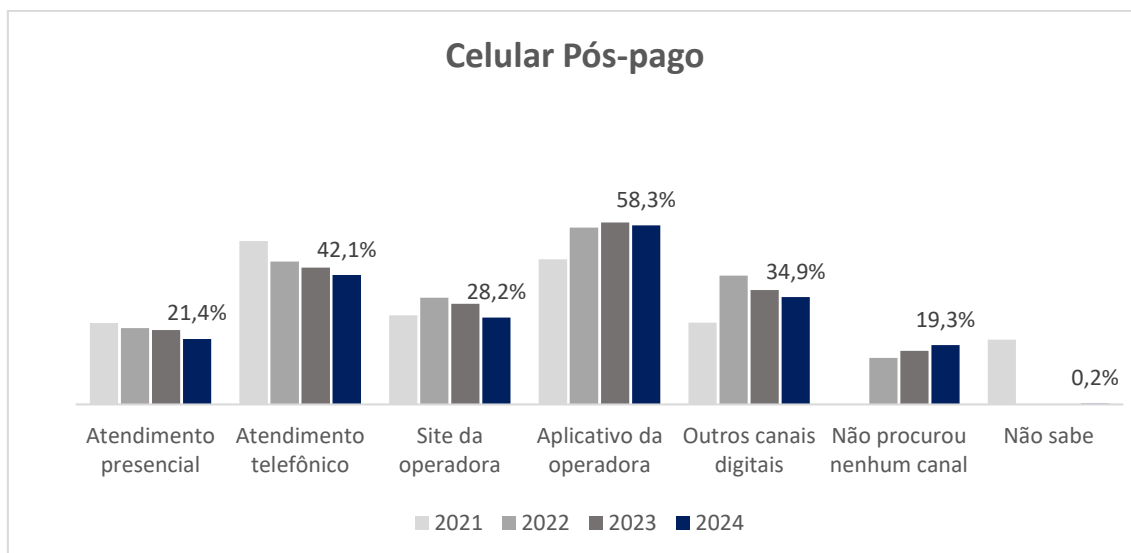


Gráfico 41 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento - Celular Pós-pago

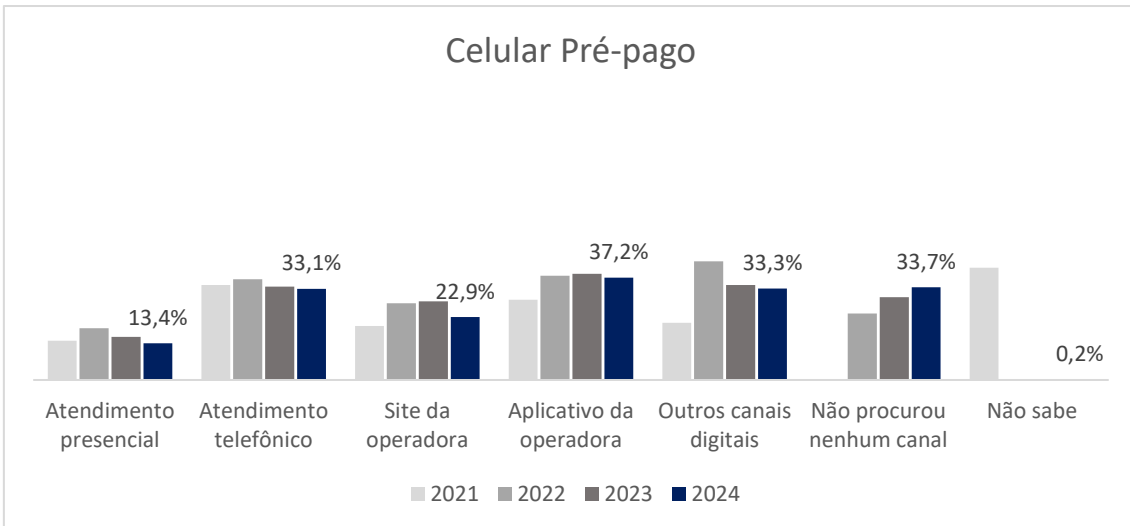


Gráfico 42 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento - Celular Pré-pago

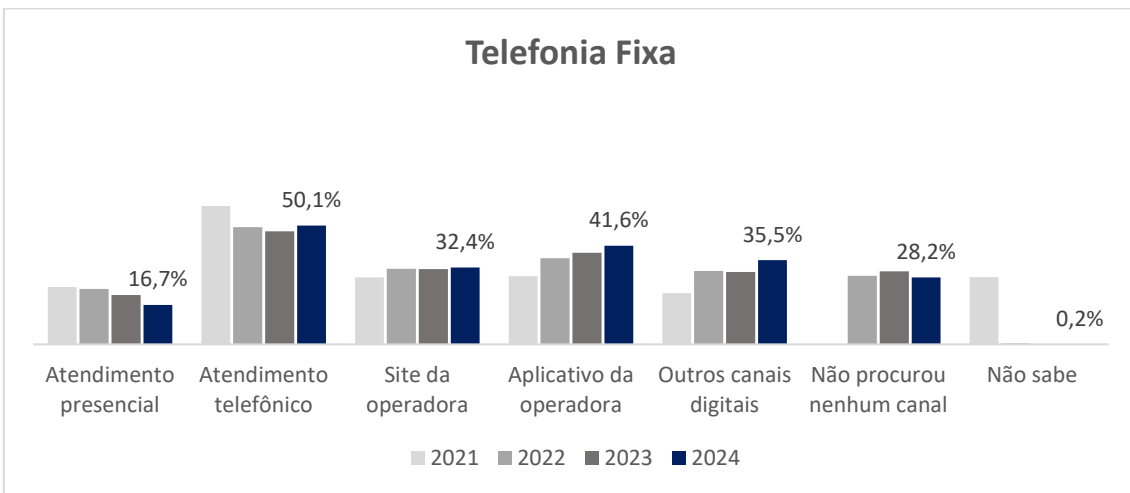


Gráfico 43 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento -Telefonia Fixa

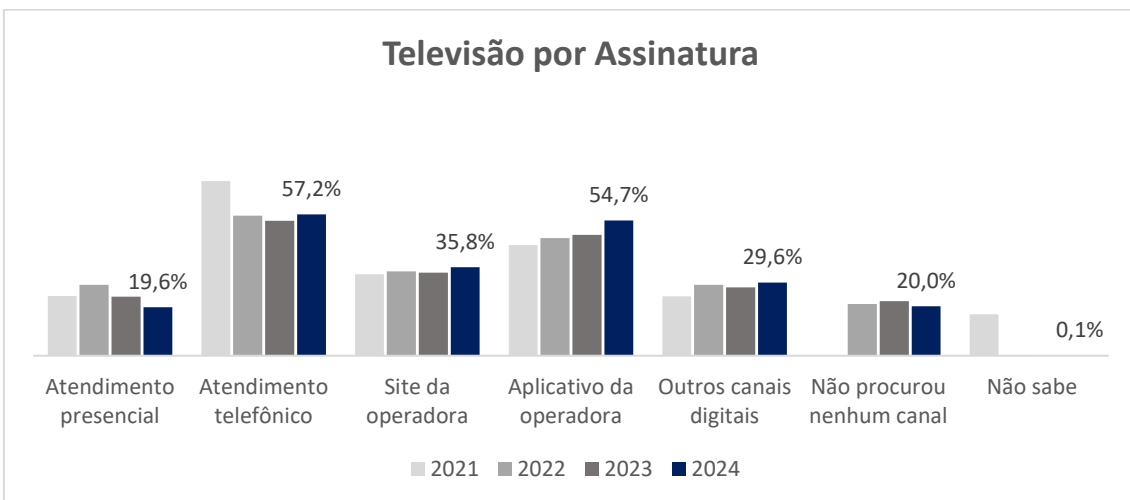


Gráfico 44 - Nos últimos 6 meses, você utilizou um ou mais dos seguintes canais de atendimento - Televisão por Assinatura

B. DOS MOTIVOS DE ATENDIMENTO

A busca por informações segue como o principal motivo de contato dos consumidores com suas prestadoras, exceto para os serviços de Internet Fixa e Televisão por Assinatura, nos quais a principal razão do contato é para resolver problemas de funcionamento.

Importante destacar que apenas respondem a Pesquisa sobre os motivos de atendimento os entrevistados que respondem que buscaram algum tipo de atendimento nos seis meses anteriores a data da entrevista, observando que os percentuais retratados nos gráficos são em relação aos entrevistados que responderam a cada pergunta.

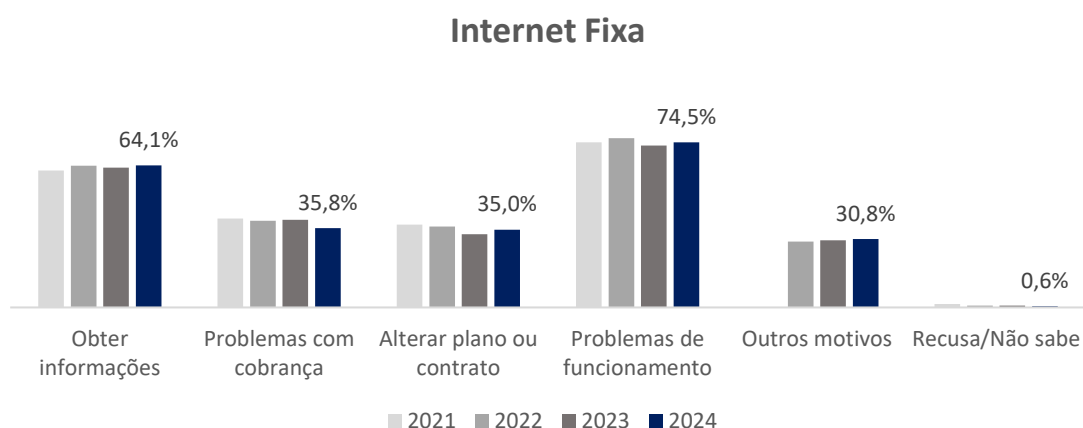


Gráfico 45 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Internet Fixa

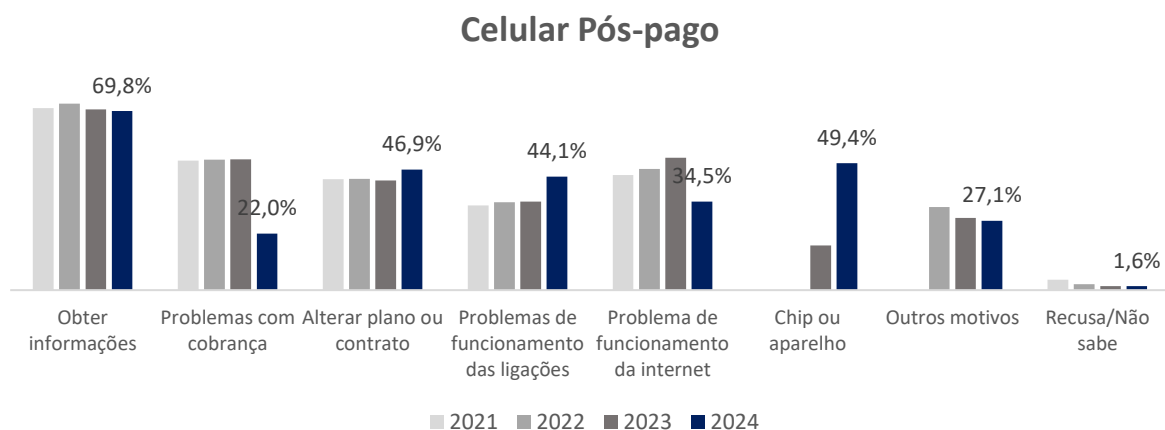


Gráfico 46 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Pós Pago

Celular Pré Pago

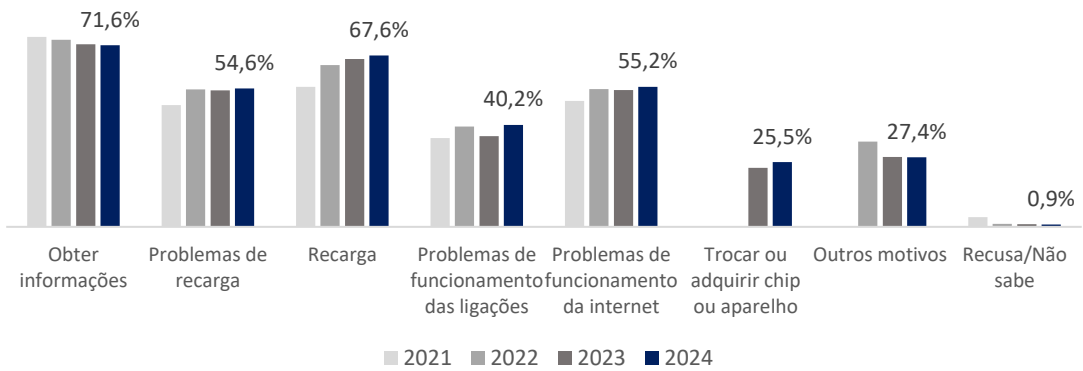


Gráfico 47 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Pré-pago

Telefonia Fixa

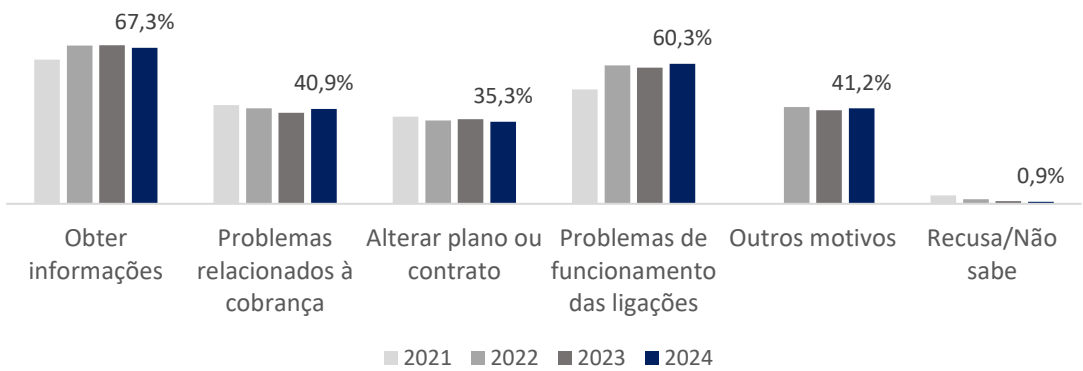


Gráfico 48 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Telefonia Fixa

Televisão por Assinatura

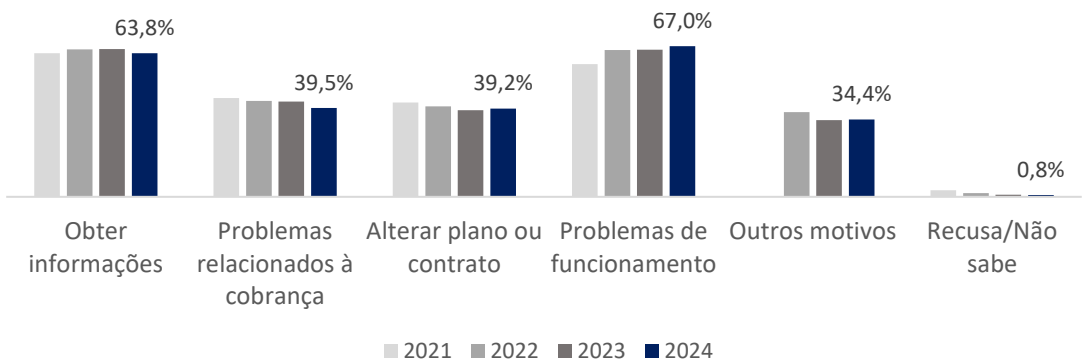


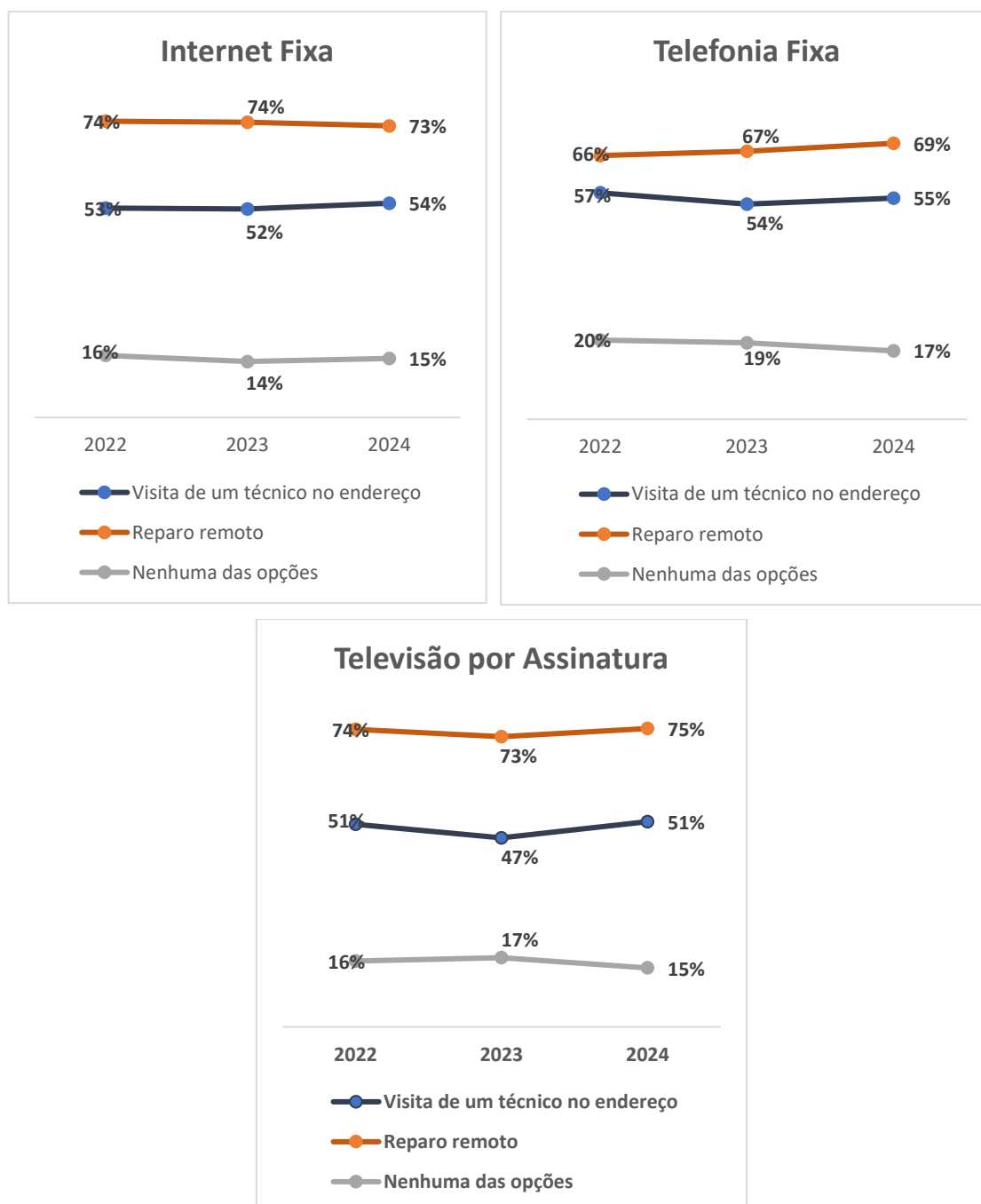
Gráfico 49 - Motivos para acessar os canais de atendimento - Televisão por Assinatura

C. NECESSIDADE DE REPARO

A partir de 2022 a Pesquisa passou a fazer perguntas específicas sobre o atendimento quando da necessidade de reparo nos serviços fixos: Internet Fixa, Telefonia Fixa e Televisão por Assinatura. Nos três serviços observamos um patamar superior de reparo remoto em detrimento de visita presencial.

Importante destacar que apenas respondem a Pesquisa sobre como o reparo ocorreu os entrevistados que respondem que foi necessário reparo por parte da prestadora nos seis meses anteriores a data da entrevista, observando que os gráficos retratam percentuais em relação ao total de entrevistados que responderam a esta pergunta.

Gráfico 50 - Forma de reparo por serviço



9. PONTOS DE DESTAQUE 2024

Entre os principais pontos a serem destacados nos resultados da Pesquisa no ano de 2024 temos:

- Quanto a comparabilidade dos resultados desde 2021, observa-se incremento na **Satisfação Geral** de todos os serviços.
- Os consumidores que se declaram, em média, mais satisfeitos com suas prestadoras são os de **Celular Pré-pago**.
- Os consumidores que se declaram menos satisfeitos são os de **Internet Fixa**, apesar da estabilidade da sua nota no Índice de Satisfação Geral (ISG) em relação à Pesquisa de 2023.
- O indicador de qualidade pior avaliado, em todos os serviços, foi **Qualidade do Atendimento Telefônico**.
- A partir de 2024 a Qualidade do Atendimento Presencial também passou a ser pesquisada.
- A maior parte dos usuários acessam a internet principalmente pelo Wi-Fi.
- As dimensões da qualidade se mostraram mais relevantes para explicar o grau de satisfação dos consumidores são:
 - i. a Qualidade da **Informação ao Consumidor** é relevante em todos os serviços, com exceção da Telefonia Fixa;
 - ii. a Qualidade de **Funcionamento** possui efeito importante sobre a satisfação em todos os serviços pesquisados, com exceção do Celular Pré-pago;
 - iii. a Qualidade do **Atendimento Telefônico** contribui para explicar a satisfação do consumidor em quatro serviços: Celular (Pós e Pré), Telefonia Fixa e Televisão por Assinatura;
- Os resultados sobre quais variáveis mais explicam a satisfação foram similares aos obtidos nos anos anteriores, o que demonstra que os consumidores permanecem considerando os mesmos aspectos como importantes para cada um dos serviços pesquisados.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos nesta edição da Pesquisa, assim como os obtidos nas edições anteriores, são disponibilizados à sociedade, possibilitando ao consumidor comparar os diferentes fornecedores locais, ou seja, de cada serviço em cada Unidade da Federação pesquisada.

Para além disso, os dados obtidos na Pesquisa abrem a possibilidade de se realizarem análises mais profundas, formando uma outra agenda de estudos.

Como se vê, a análise dos dados da Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida não se esgota Relatório. Pelo contrário, os dados aqui apresentados constituem um ponto de partida para a realização de uma série de análises, avaliações e estudos que subsidiem não só a atuação da Agência, mas também das prestadoras e de toda a sociedade civil.

Anexo I – Índices de Satisfação e Indicadores de Qualidade Percebida - Nacional (por serviço e prestadora)

INTERNET FIXA

Operadora	UFs	Satisfação Geral (ISG)	Informação ao Consumidor (QIC)	Funcionamento (QF)	Cobrança (QCR)	Atendimento Telefônico (QAT)	Atendimento Digital (QAD)	Atendimento Presencial (QAP)
ALGAR	3	7,29	7,16	7,48	7,97	7,24	7,32	7,75
BRISANET	8	7,74	7,79	7,96	8,91	7,62	7,70	8,12
BRSUPER	1	8,65	8,59	8,73	9,45	8,95	8,90	9,47
CLARO	25	7,05	6,56	7,47	8,01	5,82	6,61	6,94
GBONLINE	1	7,69	7,91	7,66	9,27	7,65	7,78	8,71
LIGGA	1	7,90	7,66	7,95	9,00	6,83	7,68	7,67
OI	24	7,33	7,13	7,69	8,46	6,27	6,86	6,77
PROXIMA	3	7,44	7,36	7,52	8,94	7,16	7,58	7,92
TELY	1	8,15	7,97	8,01	9,18	7,81	8,10	8,69
TIM	10	6,69	6,74	7,33	8,19	5,46	5,92	6,51
UNIFIQUE	2	8,13	7,96	8,21	9,41	7,52	7,95	8,46
VALENET	1	7,23	7,01	7,39	8,48	7,01	7,24	7,47
VERO	5	7,69	7,63	7,86	9,01	7,40	7,69	8,79
VIVO	21	7,84	7,30	7,94	8,63	6,78	6,79	7,52
MÉDIA BRASIL	27	7,40	7,05	7,69	8,40	6,40	6,86	7,28

CELULAR PÓS

Operadora	UFs	Satisfação Geral	Informação ao Consumidor	Funcionamento	Cobrança	Atendimento Telefônico	Atendimento Digital	Atendimento Presencial
		(ISG)	(QIC)	(QF)	(QCR)	(QAT)	(QAD)	(QAP)
ALGAR	3	7,16	7,07	7,42	8,23	6,92	7,46	7,05
CLARO	27	7,84	7,32	7,82	8,25	6,79	7,45	7,18
TIM	27	7,39	6,97	7,62	7,93	6,16	7,02	6,88
VIVO	27	7,74	7,21	7,54	8,27	6,51	7,33	7,37
MÉDIA BRASIL	27	7,69	7,18	7,65	8,18	6,52	7,29	7,19

CELULAR PRÉ

Operadora	UFs	Satisfação Geral	Informação ao Consumidor	Funcionamento	Cobrança	Atendimento Telefônico	Atendimento Digital	Atendimento Presencial
		(ISG)	(QIC)	(QF)	(QCR)	(QAT)	(QAD)	(QAP)
ALGAR	3	7,71	7,28	7,41	7,34	7,15	7,53	7,98
CLARO	27	7,97	7,68	7,73	7,75	7,25	7,66	7,78
TIM	27	7,75	7,48	7,65	7,62	6,90	7,53	7,55
VIVO	27	7,93	7,62	7,71	7,49	7,08	7,64	7,59
MÉDIA BRASIL	27	7,88	7,59	7,69	7,61	7,08	7,61	7,64

TELEFONIA FIXA

Operadora	UFs	Satisfação Geral (ISG)	Informação ao Consumidor (QIC)	Funcionamento (QF)	Cobrança (QCR)	Atendimento Telefônico (QAT)	Atendimento Digital (QAD)	Atendimento Presencial (QAP)
ALGAR	3	7,61	7,29	8,24	7,91	7,19	7,10	7,49
CLARO	21	7,52	6,60	8,12	8,06	6,26	6,54	6,70
OI	25	7,23	6,87	7,84	8,12	6,16	6,65	6,60
TIM	5	7,20	7,07	7,82	8,25	6,09	6,64	6,31
UNIFIQUE	1	8,89	8,62	9,08	9,29	8,82	8,64	8,94
VALENET	1	7,81	7,77	8,01	8,83	7,72	7,40	7,96
VIVO	16	7,77	7,32	8,37	8,34	6,80	6,99	7,35
MÉDIA BRASIL	27	7,49	6,94	8,09	8,16	6,41	6,72	6,91

TELEVISÃO POR ASSINATURA

Operadora	UFs	Satisfação Geral (ISG)	Informação ao Consumidor (QIC)	Funcionamento (QF)	Cobrança (QCR)	Atendimento Telefônico (QAT)	Atendimento Digital (QAD)	Atendimento Presencial (QAP)
CLARO	20	7,34	6,51	8,09	8,16	5,94	6,51	7,02
OI	17	7,26	6,85	8,38	8,16	5,97	6,56	7,10
SKY	22	7,68	7,09	8,65	8,33	6,62	7,06	7,96
UNIFIQUE	1	8,08	8,29	8,53	9,17	8,29	8,31	8,90
VIVO	8	7,69	6,98	8,17	8,48	6,62	7,00	7,42
MÉDIA BRASIL	22	7,48	6,82	8,34	8,25	6,23	6,76	7,32

Anexo II – Índices de Satisfação (por serviço, Unidade da Federação, prestadora)

INTERNET FIXA

UF	Prestadora	ISG	Ranking
AC	CLARO	7,03	1°
AC	OI	6,59	1°
AL	BRISANET	7,90	1°
AL	VIVO	7,72	1°
AL	CLARO	7,47	1°
AM	OI	7,26	1°
AM	TIM	7,24	1°
AM	VIVO	7,21	1°
AM	CLARO	7,04	1°
AP	OI	8,06	
BA	BRISANET	8,11	1°
BA	VIVO	7,13	2°
BA	OI	7,04	2°
BA	CLARO	6,90	2°
BA	TIM	6,88	2°
CE	BRISANET	7,72	1°
CE	CLARO	7,46	1°
CE	OI	7,29	1°
CE	VIVO	7,14	1°
DF	VIVO	7,26	1°
DF	OI	7,24	1°
DF	CLARO	7,03	1°
DF	TIM	6,88	1°
ES	OI	7,66	1°
ES	CLARO	7,11	2°
ES	VIVO	6,79	2°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
GO	VERO	7,45	1°
GO	ALGAR	7,21	1°
GO	CLARO	7,00	2°
GO	VIVO	6,89	2°
GO	OI	6,83	2°
GO	TIM	6,34	2°
MA	VIVO	7,37	1°
MA	OI	7,37	1°
MA	CLARO	6,74	2°
MG	BRSUPER	8,65	1°
MG	VERO	7,84	2°
MG	VALENET	7,23	3°
MG	ALGAR	7,21	3°
MG	OI	7,16	3°
MG	TIM	7,07	3°
MG	VIVO	6,89	3°
MG	CLARO	6,56	3°
MS	VIVO	7,05	1°
MS	OI	7,04	1°
MS	CLARO	6,79	1°
MT	GBONLINE	7,69	1°
MT	OI	7,17	2°
MT	CLARO	7,00	2°
MT	VIVO	6,80	2°
PA	CLARO	7,29	1°
PA	VIVO	7,06	2°
PA	OI	6,59	2°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
PB	TELY	8,15	1°
PB	VIVO	7,85	2°
PB	PROXIMA	7,29	2°
PB	BRISANET	7,25	2°
PB	CLARO	7,23	2°
PE	PROXIMA	8,08	1°
PE	BRISANET	7,75	2°
PE	OI	7,27	3°
PE	VIVO	6,99	3°
PE	TIM	6,76	3°
PE	CLARO	6,75	3°
PI	BRISANET	8,34	1°
PI	VIVO	7,77	1°
PI	OI	7,60	2°
PI	CLARO	6,93	2°
PR	LIGGA	7,90	1°
PR	VIVO	7,71	1°
PR	TIM	7,65	1°
PR	VERO	7,53	1°
PR	OI	7,47	1°
PR	CLARO	7,20	1°
RJ	OI	7,64	1°
RJ	VIVO	7,32	1°
RJ	CLARO	6,90	2°
RJ	TIM	6,20	2°
RN	BRISANET	7,93	1°
RN	PROXIMA	7,41	1°
RN	CLARO	7,33	1°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
RO	CLARO	7,33	1°
RO	OI	7,07	1°
RR	OI	7,25	
RS	UNIFIQUE	8,10	1°
RS	VIVO	7,68	1°
RS	VERO	7,67	1°
RS	OI	7,60	1°
RS	CLARO	6,70	2°
SC	UNIFIQUE	8,13	1°
SC	CLARO	7,64	2°
SC	OI	7,51	2°
SC	VIVO	7,44	2°
SC	VERO	7,42	2°
SC	TIM	6,99	2°
SE	BRISANET	8,39	1°
SE	OI	7,66	2°
SE	VIVO	7,40	2°
SE	CLARO	7,03	2°
SP	VIVO	8,19	1°
SP	ALGAR	7,57	2°
SP	OI	7,57	2°
SP	CLARO	7,14	3°
SP	TIM	6,59	3°
TO	OI	7,11	1°
TO	CLARO	6,33	2°

CELULAR PÓS-PAGO

UF	Prestadora	ISG	Ranking
AC	CLARO	7,87	1°
AC	VIVO	7,37	2°
AC	TIM	7,20	2°
AL	CLARO	7,94	1°
AL	VIVO	7,59	1°
AL	TIM	7,44	1°
AM	VIVO	7,67	1°
AM	CLARO	7,43	1°
AM	TIM	7,35	1°
AP	VIVO	7,77	1°
AP	CLARO	7,76	1°
AP	TIM	7,14	1°
BA	TIM	7,26	1°
BA	VIVO	7,24	1°
BA	CLARO	7,09	1°
CE	VIVO	7,92	1°
CE	CLARO	7,82	1°
CE	TIM	7,04	2°
DF	VIVO	7,98	1°
DF	CLARO	7,60	1°
DF	TIM	7,54	1°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
ES	CLARO	8,24	1°
ES	TIM	7,24	2°
ES	VIVO	7,14	2°
GO	CLARO	7,51	1°
GO	ALGAR	7,28	1°
GO	TIM	7,14	1°
GO	VIVO	6,95	1°
MA	VIVO	7,75	1°
MA	CLARO	7,39	1°
MA	TIM	7,15	1°
MG	CLARO	7,26	1°
MG	TIM	7,17	1°
MG	ALGAR	7,11	1°
MG	VIVO	6,95	1°
MS	VIVO	8,08	1°
MS	CLARO	8,06	1°
MS	TIM	7,38	2°
MT	CLARO	8,14	1°
MT	VIVO	7,57	2°
MT	TIM	7,44	2°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
PA	CLARO	7,70	1°
PA	VIVO	7,52	1°
PA	TIM	7,46	1°
PB	CLARO	7,76	1°
PB	VIVO	7,60	2°
PB	TIM	7,08	2°
PE	CLARO	8,06	1°
PE	TIM	7,53	2°
PE	VIVO	7,32	2°
PI	CLARO	8,05	1°
PI	VIVO	7,63	1°
PI	TIM	7,44	1°
PR	VIVO	8,23	1°
PR	CLARO	7,91	1°
PR	TIM	7,16	2°
RJ	CLARO	8,09	1°
RJ	VIVO	7,71	1°
RJ	TIM	7,56	1°
RN	VIVO	7,96	1°
RN	CLARO	7,57	2°
RN	TIM	7,23	2°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
RO	CLARO	8,17	1°
RO	VIVO	8,06	1°
RO	TIM	7,05	2°
RR	CLARO	7,78	1°
RR	VIVO	7,31	1°
RR	TIM	6,29	2°
RS	CLARO	8,29	1°
RS	VIVO	8,16	2°
RS	TIM	7,58	2°
SC	VIVO	8,08	1°
SC	CLARO	7,84	2°
SC	TIM	7,41	2°
SE	VIVO	7,68	1°
SE	TIM	7,52	1°
SE	CLARO	7,38	1°
SP	VIVO	8,22	1°
SP	CLARO	7,94	2°
SP	TIM	7,61	2°
SP	ALGAR	7,45	2°
TO	CLARO	7,30	1°
TO	TIM	7,12	1°
TO	VIVO	6,30	2°

CELULAR PRÉ-PAGO

UF	Prestadora	ISG	Ranking
AC	CLARO	8,53	1°
AC	TIM	8,12	1°
AC	VIVO	7,35	2°
AL	VIVO	8,59	1°
AL	TIM	8,26	1°
AL	CLARO	8,11	1°
AM	TIM	8,33	1°
AM	CLARO	8,22	1°
AM	VIVO	7,75	1°
AP	TIM	8,32	1°
AP	CLARO	8,26	1°
AP	VIVO	8,11	1°
BA	TIM	7,90	1°
BA	VIVO	7,57	1°
BA	CLARO	7,47	1°
CE	VIVO	8,03	1°
CE	CLARO	7,96	1°
CE	TIM	7,65	1°
DF	VIVO	7,70	1°
DF	TIM	7,43	1°
DF	CLARO	7,33	1°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
ES	VIVO	8,03	1°
ES	TIM	7,83	1°
ES	CLARO	7,82	1°
GO	ALGAR	8,04	1°
GO	CLARO	7,81	2°
GO	VIVO	7,73	2°
GO	TIM	7,27	2°
MA	CLARO	8,14	1°
MA	VIVO	7,94	1°
MA	TIM	7,82	1°
MG	VIVO	7,80	1°
MG	ALGAR	7,68	1°
MG	CLARO	7,65	1°
MG	TIM	7,20	1°
MS	CLARO	8,04	1°
MS	VIVO	7,98	1°
MS	TIM	7,93	1°
MT	CLARO	7,70	1°
MT	VIVO	7,67	1°
MT	TIM	7,63	1°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
PA	CLARO	8,36	1°
PA	VIVO	7,95	1°
PA	TIM	7,86	1°
PB	CLARO	8,20	1°
PB	VIVO	8,08	1°
PB	TIM	7,71	1°
PE	CLARO	8,32	1°
PE	VIVO	8,14	2°
PE	TIM	7,56	2°
PI	VIVO	8,14	1°
PI	CLARO	7,76	1°
PI	TIM	7,67	1°
PR	VIVO	8,16	1°
PR	CLARO	8,16	1°
PR	TIM	7,87	1°
RJ	CLARO	7,98	1°
RJ	VIVO	7,67	1°
RJ	TIM	7,50	1°
RN	CLARO	8,33	1°
RN	TIM	8,18	1°
RN	VIVO	7,96	1°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
RO	VIVO	8,16	1°
RO	CLARO	8,03	1°
RO	TIM	7,96	1°
RR	CLARO	8,23	1°
RR	VIVO	7,93	1°
RR	TIM	7,20	2°
RS	VIVO	8,22	1°
RS	CLARO	7,92	1°
RS	TIM	7,49	1°
SC	VIVO	8,17	1°
SC	TIM	8,11	1°
SC	CLARO	7,65	1°
SE	VIVO	7,99	1°
SE	TIM	7,59	2°
SE	CLARO	7,38	2°
SP	CLARO	8,20	1°
SP	VIVO	7,99	1°
SP	ALGAR	7,93	1°
SP	TIM	7,84	1°
TO	TIM	7,70	1°
TO	CLARO	7,65	1°
TO	VIVO	7,11	1°

TELEFONIA FIXA

UF	Prestadora	ISG	Ranking
AC	OI	7,02	
AL	CLARO	7,49	
AM	CLARO	7,76	1°
AM	OI	7,57	1°
AP	OI	7,93	
BA	CLARO	7,34	1°
BA	TIM	6,92	1°
BA	VIVO	6,78	1°
BA	OI	6,78	1°
CE	CLARO	7,73	1°
CE	OI	7,37	2°
CE	VIVO	6,99	2°
DF	OI	7,76	1°
DF	VIVO	7,46	1°
DF	CLARO	7,45	1°
ES	CLARO	8,21	1°
ES	OI	7,61	2°
ES	VIVO	7,33	2°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
GO	ALGAR	7,30	1°
GO	CLARO	7,23	1°
GO	OI	6,94	1°
GO	VIVO	6,73	1°
MA	CLARO	7,39	1°
MA	OI	7,25	1°
MG	CLARO	7,97	1°
MG	VALENET	7,81	2°
MG	ALGAR	7,66	2°
MG	TIM	7,02	3°
MG	VIVO	7,00	3°
MG	OI	6,60	3°
MS	CLARO	7,81	1°
MS	VIVO	7,39	1°
MS	OI	7,23	1°
MT	CLARO	7,50	1°
MT	VIVO	7,10	1°
MT	OI	6,91	1°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
PA	VIVO	7,58	1°
PA	CLARO	7,27	1°
PA	OI	6,97	1°
PB	CLARO	8,18	
PE	TIM	7,52	1°
PE	CLARO	7,42	1°
PE	VIVO	7,22	1°
PE	OI	6,82	1°
PI	CLARO	7,59	1°
PI	OI	7,45	1°
PR	VIVO	7,63	1°
PR	OI	7,35	1°
PR	CLARO	7,24	1°
RJ	OI	7,68	1°
RJ	CLARO	7,42	1°
RJ	TIM	7,22	1°
RJ	VIVO	7,14	1°
RN	CLARO	7,76	1°
RN	OI	6,83	2°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
RO	OI	7,59	
RR	OI	7,31	
RS	CLARO	7,48	1°
RS	OI	7,17	1°
RS	VIVO	7,08	1°
SC	UNIFIQUE	8,89	1°
SC	VIVO	7,56	2°
SC	CLARO	7,55	2°
SC	OI	7,25	2°
SE	VIVO	7,60	1°
SE	OI	6,98	2°
SP	VIVO	8,02	1°
SP	ALGAR	7,53	1°
SP	CLARO	7,51	1°
SP	OI	7,28	1°
SP	TIM	7,23	1°
TO	OI	6,58	

TELEVISÃO POR ASSINATURA

UF	Prestadora	ISG	Ranking
AL	SKY	7,97	1°
AL	OI	7,38	2°
AL	CLARO	7,23	2°
AM	SKY	8,28	1°
AM	CLARO	6,77	2°
BA	SKY	7,27	1°
BA	CLARO	7,27	1°
BA	OI	7,10	1°
CE	SKY	7,85	1°
CE	CLARO	7,67	1°
CE	OI	7,40	1°
DF	SKY	7,62	1°
DF	VIVO	7,12	2°
DF	CLARO	6,89	2°
ES	CLARO	7,50	1°
ES	OI	7,27	2°
ES	SKY	7,15	2°
ES	VIVO	6,56	2°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
GO	SKY	7,63	1°
GO	OI	7,21	1°
GO	CLARO	7,20	1°
MA	SKY	7,73	1°
MA	OI	7,66	1°
MA	CLARO	6,81	2°
MG	SKY	7,65	1°
MG	OI	7,33	2°
MG	CLARO	6,84	2°
MG	VIVO	6,70	2°
MS	SKY	7,78	1°
MS	CLARO	7,16	2°
MT	CLARO	7,28	1°
MT	SKY	7,06	1°
PA	SKY	8,14	1°
PA	OI	7,16	2°
PA	CLARO	7,14	2°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
PB	SKY	7,92	1°
PB	OI	7,76	2°
PB	CLARO	7,26	2°
PE	SKY	7,80	1°
PE	CLARO	7,45	1°
PE	OI	7,21	1°
PI	SKY	8,06	1°
PI	OI	7,40	2°
PR	SKY	7,60	1°
PR	VIVO	7,52	2°
PR	CLARO	7,18	2°
PR	OI	6,90	2°
RJ	SKY	8,13	1°
RJ	VIVO	7,44	2°
RJ	CLARO	7,29	2°
RJ	OI	7,03	2°
RN	SKY	7,94	1°
RN	CLARO	7,66	1°
RN	OI	7,64	1°

UF	Prestadora	ISG	Ranking
RS	SKY	7,87	1°
RS	VIVO	7,39	2°
RS	CLARO	7,18	2°
RS	OI	6,92	2°
SC	UNIFIQUE	8,08	1°
SC	VIVO	7,61	2°
SC	SKY	7,52	2°
SC	CLARO	7,50	2°
SC	OI	7,21	2°
SE	SKY	7,56	1°
SE	OI	7,09	1°
SP	VIVO	7,85	1°
SP	CLARO	7,49	1°
SP	SKY	7,35	1°