

Agência Nacional de Telecomunicações -Anatel

Superintendência de Relações com Consumidores - SRC

Superintendência de Planejamento e Regulamentação - SPR

**Manual de Aplicação da Pesquisa para Aferição do
Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida
Junto aos Usuários de Serviços de
Telecomunicações**

31 de julho de 2015*

***Alterado pelo Despacho nº 10.677/2015 - SRC/SPR, de 1º de dezembro de 2015.**

Sumário

Agência Nacional de Telecomunicações -Anatel	1
Sumário.....	2
1. Objetivo do Manual.....	4
2. Aspectos Gerais da Pesquisa.....	4
2.1. Periodicidade	4
2.2. Forma de Coleta.....	4
2.3. Do Acompanhamento pela Anatel	5
2.4. Universos Pesquisados.....	5
2.5. Prestadoras participantes da pesquisa	6
3. Atributos da pesquisa	6
3.1. Definições dos atributos:	7
4. Questionários.....	7
5. Bases de dados	8
5.1. Serviço Móvel Pessoal Modalidade Pós-Paga (SMP-Pós).....	8
5.1.1. Relatório quantitativo pós-pago	8
5.1.2. Base de Infomações	8
5.2. Serviço Móvel Pessoal Modalidade Pré-Paga (SMP-Pré).....	9
5.2.1. Relatório quantitativo pré-pago.....	9
5.2.2. Base de Infomações	10
5.3. Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC).....	11
5.3.1. Relatório quantitativo	11
5.3.2. Base de Infomações	11
5.4. Serviço de Comunicação Multimídia (SCM)	12
5.4.1. Relatório quantitativo	12
5.4.2. Base de Informações.....	12
5.5. Serviços de TV por Assinatura	12
5.5.1. Relatório quantitativo	13
5.5.2. Base de Informações.....	13
5.6. Procedimentos para envio das bases de dados.....	13
6. Planejamento Amostral	15
6.1. Definições	15

Para fins de planejamento amostral, aplicam-se as seguintes definições:	15
6.2. Das Unidades Primárias de Amostragem (UPA) de Pessoas Físicas	15
6.3. Metodologia Estatística.....	15
6.4. Técnicas de Amostragem.....	16
6.5. Erro amostral.....	16
6.6. Cálculo do Tamanho das Amostras	17
6.7. Seleção da amostra.....	18
6.8. Uso de calibradores.....	18
6.9. Pesquisa piloto	19
7. Dos dados gerados pelas pesquisas	19
7.1. Envio de informações coletadas à Anatel	19
7.2. Envio dos resultados à Anatel.....	20
7.3. Envio de informações coletadas e dos resultados às prestadoras	21
8. Divulgação dos resultados.....	21
9. Outras Disposições	21
9.1. Contratação	21
9.2. Condições para a troca da empresa contratada	22
9.3. Divulgação da realização da pesquisa pelas prestadoras	22
9.4. Segurança da informação e confidencialidade dos dados.....	22
9.5. Do descumprimento das disposições contidas no Manual.....	22
10. Calendário Anual.....	23
10.1. Calendário de 2015.....	23
10.2. A partir de 2016.....	24

1. Objetivo do Manual

O Manual de Aplicação para Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida dos Usuários de Telecomunicações tem por objetivo trazer orientações às prestadoras de telecomunicações envolvidas e à empresa pesquisadora contratada acerca das características e procedimentos que devem ser observados na condução das pesquisas relacionadas.

2. Aspectos Gerais da Pesquisa

2.1. Periodicidade

As pesquisas serão realizadas anualmente. Para permitir maior comparabilidade entre os resultados das pesquisas realizadas em diferentes anos, criando assim uma série histórica consistente, e para efeitos de melhor planejamento de todos os atores envolvidos, todas as etapas que compõe o ciclo das pesquisas devem ocorrer em períodos pré-fixados para cada serviço, conforme calendário anual, constante deste Manual.

Caso não seja verificado qualquer prejuízo às pesquisas, o início da coleta pode ocorrer antes de completados dois meses da aprovação do Manual de Aplicação.

2.2. Forma de Coleta

A empresa pesquisadora receberá da Anatel os lotes contendo o(s) telefone(s) de contato(s) e nome do titular do serviço, das amostras sorteadas aleatoriamente com as identificações do serviço, da prestadora e da Unidade da Federação (UF), na relação de até $40 \times n$ (quarenta vezes “ n ”, sendo n o número de amostras), baseada nos históricos das ocorrências de campo. Antes de iniciar a coleta, a base recebida será novamente randomizada eletronicamente através da ferramenta de gerenciamento – *software* – para, em seguida, iniciar as coletas.

A empresa pesquisadora contratada elaborará, para cada período de coleta de dados, um Plano de Pesquisa de Campo (PPC), que servirá de base para a execução e controle das entrevistas. O PPC será sempre submetido à aprovação da Anatel, podendo ser dispensado, de forma justificada, quando houver risco de atraso das demais atividades previstas no calendário anual. Do PPC deverão constar os recursos humanos necessários à aplicação da pesquisa, a quantidade de tentativas de contato com cada amostra etc.

O relatório com o PPC a ser enviado para a Anatel deverá conter, no mínimo, as seguintes informações para cada serviço:

- i) O plano amostral (quantitativo de amostras por UF e prestadora);
- ii) planejamento dos recursos humanos necessários (quantitativo de entrevistadores, supervisores, coordenadores e equipes);
- iii) horário de trabalho das equipes (da coleta);
- iv) ordem de coleta (se houver – por prestadora, serviço e UF);
- v) número de tentativas de contato por unidade amostral a ser adotado;
- vi) cronograma da coleta dos dados (entrevistas);
- vii) quantidade de empresas de Call Center envolvidas na coleta dos dados;

As entrevistas para todos os serviços serão feitas com o uso da técnica de pesquisa por telefone – CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) e assistida por computador. Isto significa o uso de microcomputadores em rede, controle de amostragem no servidor da rede, discagem automática, marcação de entrevista, consistência de valores aceitos nas perguntas do questionário e geração de estatísticas de entrevistas realizadas. Essa etapa deverá ser complementada através de crítica, codificação, digitação e consistência dos dados.

Uma vez atingida 5 (cinco) tentativas de contato sem sucesso, a empresa pesquisadora deve substituir o código de acesso por uma nova observação da amostra. Caso utilizada toda a observação da amostra, a Anatel pode estabelecer uma nova quantidade para a substituição das unidades amostrais com insucesso de contato.

2.3. Do Acompanhamento pela Anatel

O controle estatístico e qualitativo de cada pesquisa poderá ser baseado na verificação dos dados coletados e realizado de forma randômica pela Anatel. A Agência poderá, a qualquer momento da pesquisa, solicitar informações, acompanhar a aplicação dos questionários, submeter os dados coletados a análises e controles estatísticos e qualitativos, para validar ou não as entrevistas realizadas.

A empresa pesquisadora contratada deverá apresentar e discutir com a Anatel, antes da realização da pesquisa de campo, os critérios que serão adotados por ela para garantir o controle estatístico e qualitativo de cada pesquisa.

Além das informações a serem enviadas para a Anatel - descritas no item 7 deste Manual - fica facultada à Agência a possibilidade, nos casos em que julgar necessário, de solicitar à empresa contratada a emissão de relatórios específicos.

2.4. Universos Pesquisados

Farão parte do Universo da Pesquisa – população-alvo, todos os usuários dos serviços de telecomunicações com idade mínima de 18 (dezoito) anos, na condição de principal(is) usuário(s), observadas as seguintes condições:

- i) Os serviços que serão pesquisados são os seguintes:
 - a. Serviço Móvel Pessoal (SMP), modalidades pré e pós paga, de forma independente;
 - b. Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC), quanto aos acessos residenciais;
 - c. Serviço de Comunicação Multimídia (SCM);
 - d. Serviços de Televisão por assinatura, que incluem:
 - Serviço de Acesso Condicionado (SeAC);
 - Serviço de TV a Cabo (TVC);
 - Serviço de Distribuição de Sinais Multicanal (MMDS);
 - Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura via Satélite (DTH);
 - Serviço Especial de Televisão por Assinatura (TVA).

- ii) Apenas serão considerados nas pesquisas os contratos/acessos registrados em nome de pessoas físicas (PF);
- iii) Não podem participar da pesquisa os usuários dos serviços de telecomunicações que trabalhem em empresas de pesquisa de opinião ou mercado, empresa ou departamento de marketing, agência de propaganda/comunicações, agência de promoção ou merchandising, rádio, jornal, revista ou televisão, operadoras de serviços de telecomunicações, órgão regulador ou de defesa do consumidor de serviços de telecomunicações.
- iv) No caso do SMP, os acessos em serviço para aplicações M2M e os utilizados exclusivamente para dados serão excluídos do Universo da pesquisa.
- v) As pesquisas serão realizadas por Unidade da Federação (UF) e de forma independente;
- vi) Apenas serão consideradas as Unidades da Federação que possuem, no mínimo, 10.000 (dez mil) contratos/acessos (PF) ativos do respectivo serviço a ser pesquisado em cada prestadora;

2.5. Prestadoras participantes da pesquisa

Todas as prestadoras que não se enquadram na condição de Prestadora de Pequeno Porte, na forma definida na regulamentação, devem participar das pesquisas.

As demais prestadoras podem participar das pesquisas desde que manifestada a intenção, tempestivamente, através de solicitação específica formalizada na Anatel.

Para permitir a representatividade estatística, as amostras deverão observar os critérios estabelecidos neste Manual, detalhados nos itens 2.4.

3. Atributos da pesquisa

Atributos da pesquisa são as características da prestação dos serviços que servem de base para a aferição do grau de satisfação e de qualidade percebida pelo usuário, consistindo nas dimensões do construto a ser pesquisado. Os atributos são definidos pela Anatel, levando em consideração informações obtidas da análise dos registros de reclamações dos usuários, o conhecimento geral da Agência e suas demandas por informações.

São os atributos dos serviços para as pesquisas:

ATRIBUTOS
• Satisfação geral
• Canais de Atendimento
• Oferta e Contratação
• Funcionamento
• Cobrança
• Recarga
• Capacidade de resolução
• Reparo e Instalação

3.1. Definições dos atributos:

Satisfação geral: satisfação do usuário com o serviço prestado.

Canais de Atendimento: meios de comunicação colocados à disposição dos usuários pelas prestadoras dos serviços para solicitar informações, contratar serviços, registrar pedidos e reclamações.

Oferta e Contratação: relação entre a informação veiculada pelas prestadoras nos atos de oferta e contratação e as características dos serviços efetivamente prestados.

Funcionamento: condições de uso e fruição dos serviços, incluindo aspectos de qualidade.

Cobrança: arrecadação de quantias relativas à prestação dos serviços, incluindo questões de correção.

Recarga: clareza e correção no processo de aquisição, inserção e consumo dos créditos no serviço móvel pré-pago.

Capacidade de resolução: capacidade da prestadora em resolver efetivamente todas as solicitações dos usuários.

Reparo e instalação: atividades que incluem a visita de técnicos ao local do serviço instalado.

4. Questionários

Os questionários a serem empregados devem avaliar o conjunto de atributos da pesquisa e ser atualizados sempre que os dados obtidos indicarem essa necessidade ou quando a Anatel avaliar ser conveniente e oportuno pesquisar novos aspectos de satisfação e percepção de qualidade.

Cada população-alvo deve responder a um questionário específico. Para fins de estruturação do questionário, as perguntas devem ser organizadas em blocos homogêneos, relativos aos atributos da pesquisa. Para cada atributo já definido no item 3 pode haver uma ou mais perguntas, de forma a captar a maior quantidade de informação daquele atributo, prezando-se, contudo, pela concisão do questionário como um todo.

A construção dos questionários deve se basear em procedimentos metodológicos de natureza similar constantes da literatura de pesquisas e incorporar a experiência de estudos anteriores, de modo ainda a possibilitar, quando possível, a comparação com resultados obtidos em anos anteriores.

Cada pergunta permite ao entrevistado uma resposta utilizando escala de 0 (zero) até 10 (dez), onde 0 significa a avaliação mínima do atributo e 10 a avaliação máxima. De modo a aprimorar a qualificação das respostas, os questionários devem conter filtros para que apenas os usuários que passaram pelas experiências dos atributos respondam às perguntas dos blocos a eles relativos. Assim, a título de exemplificação, o usuário que não se relacionou com nenhum canal de atendimento da respectiva prestadora não terá participação nas respostas do atributo de canais de atendimento.

Com o objetivo de captar com acurácia a percepção e o sentimento do usuário, a Pesquisa de Aferição do Grau de Satisfação e de Qualidade Percebida tem como característica principal a avaliação por espontaneidade das respostas do entrevistado. Para que essa

característica seja preservada, as pesquisas serão não-estimuladas e, por consequência, as perguntas dos questionários não devem ser previamente divulgadas ao público-alvo.

5. Bases de dados

As prestadoras enviarão à Anatel, no prazo estabelecido no calendário anual, o relatório com o quantitativo de acessos ativos, no formato Excel (“xls” ou “xlsx”), conforme os padrões e aberturas descritos nos itens 5.1, 5.2, 5.3 e 5.4 deste Manual. Desse relatório constará o quantitativo da população-alvo da pesquisa. A soma das quantidades indicadas deverá conter todos os acessos ativos de acordo com o quantitativo informado regularmente à Agência através dos sistemas utilizados para este fim.

Além do relatório descrito acima, as prestadoras também deverão enviar à Anatel a(s) base(s) de informações, a partir da(s) qual(is) a Anatel realizará o sorteio das amostras. O envio das informações descritas nesse item deverá obedecer aos critérios definidos no subitem 5.5 deste Manual. Os campos que irão compor cada base de dados também devem seguir os modelos descritos nos itens 5.1, 5.2, 5.3 e 5.4 deste Manual.

As prestadoras devem retirar da(s) base(s) de informações, para efeitos das pesquisas, os usuários que solicitaram sigilo de informações, conforme faculta o art. 3º, VI, da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 (Lei Geral de Telecomunicações – LGT).

5.1. Serviço Móvel Pessoal Modalidade Pós-Paga (SMP-Pós)

5.1.1. Relatório quantitativo pós-pago

RELATÓRIO QUANTITATIVO SMP MODALIDADE PÓS-PAGA data de extração: xx/xx/xx					
UF	Município	Acessos que suportam voz - Pessoas Físicas ^(1.1)	Acessos que suportam voz - Pessoas Jurídicas ^(1.2)	Acessos que suportam apenas dados ⁽²⁾	Acessos dos usuários que solicitaram sigilo

(1.1) Acessos em serviço em terminais que suportem voz ou voz e dados registrados em nome de pessoas físicas.

(1.2) Acessos em serviço em terminais que suportem voz ou voz e dados registrados em nome de pessoas jurídicas.

(2) Acessos em serviço em terminais que suportam apenas transmissão de dados classificadas como aplicações "somente dados" ou "M2M".

5.1.2. Base de Informações

A base de informações deverá conter os dados abaixo relacionados referentes aos acessos ativos que suportem voz ou voz e dados e que sejam registrados em nome de pessoas físicas e deve ser enviada no formato “csv” (com separador “;”) conforme procedimentos descritos no item 5.6.

É imprescindível a observância ao formato definido. A ordem dos campos no arquivo de dados deve seguir exatamente a sequência abaixo, iniciando pelo “Nome do titular” até o término no “Telefone3”. Os dados não devem em nenhum caso exceder a quantidade de caracteres pré-definida, conforme disposto abaixo entre parênteses. Cada campo do arquivo deve receber o

mesmo título do dado solicitado conforme definido na relação abaixo e na hipótese de não existir a informação, o campo deve permanecer vazio sem excluí-lo do arquivo.

Relação de dados a serem enviados:

- Nome do titular (texto de até 80 caracteres);
- Município (texto de até em 35 caracteres);
- UF (2 caracteres);
- CPF (11 caracteres formato *string* – incluindo zeros à esquerda, se for o caso);
- DDD1 (2 dígitos – referente ao Telefone1);
- Telefone1 (Número do telefone móvel pesquisado, de 8 ou 9 dígitos);
- DDD2 (2 dígitos – referente ao Telefone2);
- Telefone2 (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos);
- DDD3 (2 dígitos - referente ao Telefone3);
- Telefone3 (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos);

Exemplo 1:

João Silva;São Paulo;SP;01111111111;11;99990000;11;33332222;;

Exemplo 2:

Maria Gomes;Brasília;DF;00111111111;61;99990000;;;;

Observações:

- (i) O campo “CPF” deve incluir os zeros à esquerda quando existirem e deve ser sempre de 11 caracteres (apenas números, sem espaço, pontos e traços);
- (ii) Quando não existirem informações em determinado campo, este deve vir sem qualquer caractere (o encontro de dois sinais de ponto e vírgula indicam um campo sem informações);
- (iii) O campo “UF” deve vir sempre no formato de sigla (2 caracteres).
- (iv) Não deve ser incluído nenhum outro campo além dos indicados acima.

5.2. Serviço Móvel Pessoal Modalidade Pré-Paga (SMP-Pré)

5.2.1. Relatório quantitativo pré-pago

RELATÓRIO QUANTITATIVO SMP MODALIDADE PRÉ-PAGA data de extração: xx/xx/xx					
UF	Município	Acessos que suportam voz - Pessoas Físicas ^(1.1)	Acessos que suportam voz - Pessoas Jurídicas ^(1.2)	Acessos que suportam apenas dados ⁽²⁾	Acessos dos usuários que solicitaram sigilo

(1.1) Acessos em serviço em terminais que suportem voz ou voz e dados registrados em nome de pessoas físicas.

- (1.2) Acessos em serviço em terminais que suportem voz ou voz e dados registrados em nome de pessoas jurídicas.
- (2) Acessos em serviço em terminais que suportam apenas transmissão de dados classificadas como aplicações "somente dados" ou "M2M".

5.2.2. Base de Infomações

A base de informações deverá conter os dados abaixo relacionados referentes aos acessos ativos que suportem voz ou voz e dados e que sejam registrados em nome de pessoas físicas e deve ser enviada no formato "csv" (com separador ";") conforme procedimentos descritos no item 5.6.

É imprescindível a observância ao formato definido. A ordem dos campos no arquivo de dados deve seguir exatamente a sequência abaixo, iniciando pelo "Nome do titular" até o término no "Telefone3". Os dados não devem em nenhum caso exceder a quantidade de caracteres pré-definida, conforme disposto abaixo entre parênteses. Cada campo do arquivo deve receber o mesmo título do dado solicitado conforme definido na relação abaixo e na hipótese de não existir a informação, o campo deve permanecer vazio sem excluí-lo do arquivo.

Relação de dados a serem enviados:

- Nome do titular (texto de até 80 caracteres);
- Município (texto de até em 35 caracteres);
- UF (2 caracteres);
- CPF (11 caracteres formato *string* – incluindo zeros à esquerda, se for o caso);
- DDD1 (2 dígitos – referente ao Telefone1);
- Telefone1 (Número do telefone móvel pesquisado, de 8 ou 9 dígitos);
- DDD2 (2 dígitos – referente ao Telefone2);
- Telefone2 (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos);
- DDD3 (2 dígitos - referente ao Telefone3);
- Telefone3 (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos);

Exemplo 1:

João Silva;São Paulo;SP;01111111111;11;99990000;11;33332222;;

Exemplo 2:

Maria Gomes;Brasília;DF;00111111111;61;99990000;;;;

Observações:

- (v) O campo "CPF" deve incluir os zeros à esquerda quando existirem e deve ser sempre de 11 caracteres (apenas números, sem espaço, pontos e traços);
- (vi) Quando não existirem informações em determinado campo, este deve vir sem qualquer caractere (o encontro de dois sinais de ponto e vírgula indicam um campo sem informações);
- (vii) O campo "UF" deve vir sempre no formato de sigla (2 caracteres).
- (viii) Não deve ser incluído nenhum outro campo além dos indicados acima.

5.3. Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC)

5.3.1. Relatório quantitativo

RELATÓRIO QUANTITATIVO STFC data de extração: xx/xx/xx				
UF	Município	Pessoas Físicas ^(1.1)	Pessoas Jurídicas ^(1.2)	Usuários que solicitaram sigilo

(1.1) Registrados em nome de pessoas físicas.

(1.2) Registrados em nome de pessoas jurídicas.

5.3.2. Base de Informações

A base de informações deverá conter os dados abaixo relacionados referentes aos terminais ativos e que estejam registrados em nome de pessoas físicas e deve ser enviada no formato “csv” (com separador “;”) conforme procedimentos descritos no item 5.6.:

É imprescindível a observância ao formato definido. A ordem dos campos no arquivo de dados deve seguir exatamente a sequência abaixo, iniciando pelo “Nome do titular” até o término no “Telefone3”. Os dados não devem em nenhum caso exceder a quantidade de caracteres pré-definida, conforme disposto abaixo entre parênteses. Cada campo do arquivo deve receber o mesmo título do dado solicitado conforme definido na relação abaixo e na hipótese de não existir a informação, o campo deve permanecer vazio sem excluí-lo do arquivo.

Relação de dados a serem enviados:

- Nome do titular (texto de até 80 caracteres);
- Município (texto estimado em 35 caracteres);
- UF (2 caracteres);
- CPF (11 caracteres formato *string* – incluindo zeros à esquerda, se for o caso);
- DDD1 (2 dígitos – referente ao Telefone1);
- Telefone1 (Número do terminal fixo pesquisado de 8 dígitos);
- DDD2 (2 dígitos – referente ao Telefone2);
- Telefone2 (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos)
- DDD3 (2 dígitos - referente ao Telefone3);
- Telefone3 (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos).

Exemplo 1:

João Silva;São Paulo;SP;01111111111;11;333330000;11;9990000;;

Exemplo 2:

Maria Gomes;Brasília;DF;00111111111;61;22220000;;;;

Observações:

- (i) O campo “CPF” deve incluir os zeros à esquerda quando existirem e deve ser sempre de 11 caracteres (apenas números, sem espaço, pontos e traços só os números, sem pontos e traços);
- (ii) Quando não existirem informações em determinado campo, este deve vir sem qualquer caractere (o encontro de dois sinais de ponto e vírgula indicam um campo sem informações);
- (iii) O campo “UF” deve vir sempre no formato de sigla (2 caracteres).
- (iv) Não deve ser incluído nenhum outro campo além dos indicados acima.

5.4. Serviço de Comunicação Multimídia (SCM)

5.4.1. Relatório quantitativo

RELATÓRIO QUANTITATIVO SCM data de extração: xx/xx/xx				
UF	Município	Pessoas Físicas ^(1.1)	Pessoas Jurídicas ^(1.2)	Usuários que solicitaram sigilo

(1.1) Registrados em nome de pessoas físicas.

(1.2) Registrados em nome de pessoas jurídicas.

5.4.2. Base de Informações

A base de informações deverá conter os dados abaixo relacionados referentes aos acessos ativos que estejam registrados em nome de pessoas físicas e deve ser enviada no formato “csv” (com separador “;”) conforme procedimentos descritos no item 5.6.

É imprescindível a observância ao formato definido. A ordem dos campos no arquivo de dados deve seguir exatamente a sequência abaixo, iniciando pelo “Nome do titular” até o término no “Telefone3”. Os dados não devem em nenhum caso exceder a quantidade de caracteres pré-definida, conforme disposto abaixo entre parênteses. Cada campo do arquivo deve receber o mesmo título do dado solicitado conforme definido na relação abaixo e na hipótese de não existir a informação, o campo deve permanecer vazio sem excluí-lo do arquivo.

Relação de dados a ser enviado:

- Nome do titular (texto de até 80 caracteres);

- Município (texto estimado em 35 caracteres);
- UF (2 caracteres);
- CPF (11 caracteres formato *string* – incluindo zeros à esquerda, se for o caso);
- DDD1 (2 dígitos – referente ao Telefone1);
- Telefone1 (telefone de contato principal de 8 ou 9 dígitos);
- DDD2 (2 dígitos);
- Telefone2 (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos)
- DDD3 (2 dígitos);
- Telefone3 – (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos).

Exemplo 1:

João Silva;São Paulo;SP;01111111111;11;333330000;11;9990000;;

Exemplo 2:

Maria Gomes;Brasília;DF;00111111111;61;22220000;;;;

Observações:

- (i) O campo “CPF” deve incluir os zeros à esquerda quando existirem e deve ser sempre de 11 caracteres (apenas números, sem espaço, pontos e traços só os números, sem pontos e traços);
- (ii) Quando não existirem informações em determinado campo, este deve vir sem qualquer caractere (o encontro de dois sinais de ponto e vírgula indicam um campo sem informações);
- (iii) O campo “UF” deve vir sempre no formato de sigla (2 caracteres).
- (iv) Não deve ser incluído nenhum outro campo além dos indicados acima.

5.5. Serviços de TV por Assinatura

5.5.1. Relatório quantitativo

RELATÓRIO QUANTITATIVO Serviços de TV por Assinatura data de extração: xx/xx/xx				
UF	Município	Pessoas Físicas ^(1.1)	Pessoas Jurídicas ^(1.2)	Usuários que solicitaram sigilo

(1.1) Registrados em nome de pessoas físicas.

(1.2) Registrados em nome de pessoas jurídicas.

5.5.2. Base de Informações

- Nome do titular (texto de até 80 caracteres);
- Município (texto estimado em 35 caracteres);
- UF (2 caracteres);

- CPF (11 caracteres formato *string* – incluindo zeros à esquerda, se for o caso);
- DDD1 (2 dígitos – referente ao Telefone1);
- Telefone1 (telefone de contato principal de 8 ou 9 dígitos);
- DDD2 (2 dígitos);
- Telefone2 (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos);
- DDD3 (2 dígitos);
- Telefone3 – (telefone de contato alternativo de 8 ou 9 dígitos).

Exemplo:

Exemplo 1:

João Silva;São Paulo;SP;01111111111;11;333330000;11;9990000;;

Exemplo 2:

Maria Gomes;Brasília;DF;00111111111;61;22220000;;;;

Observações:

- (i) O campo “CPF” deve incluir os zeros à esquerda quando existirem e deve ser sempre de 11 caracteres (apenas números, sem espaço, pontos e traços só os números, sem pontos e traços);
- (ii) Quando não existirem informações em determinado campo, este deve vir sem qualquer caractere (o encontro de dois sinais de ponto e vírgula indicam um campo sem informações);
- (iii) O campo “UF” deve vir sempre no formato de sigla (2 caracteres).
- (iv) Não deve ser incluído nenhum outro campo além dos indicados acima.

5.6. Procedimentos para envio das bases de dados

O relatório quantitativo e a base de informações serão enviados à Anatel pelas prestadoras dos serviços a serem pesquisados, conforme orientações e prazos previstos neste Manual, através de serviço de protocolo de transferência de arquivo (FTP), com acesso individual controlado por uma senha personalizada para cada prestadora, e serão armazenadas em banco de dados da Agência. Em casos excepcionais, aprovados previamente pela Anatel, será aceito o envio do relatório quantitativo e da base de informações por meio físico de mídias digitais ou outro meio determinado pela Agência.

Cada prestadora designará um responsável e um substituto pelo fornecimento dos dados. A substituição do responsável designado deverá ser imediatamente formalizada à Anatel pela prestadora. Cada designado, sob sua total responsabilidade, receberá da Anatel uma senha individualizada que permitirá somente a atualização dos dados relativos à empresa que representa.

As informações enviadas serão submetidas à análise da Anatel. Caso seja detectada alguma inconsistência, a prestadora deverá efetuar a correção e reencaminhar, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, para nova avaliação pela Anatel.

6. Planejamento Amostral

6.1. Definições

Para fins de planejamento amostral, aplicam-se as seguintes definições:

- Amostra: é qualquer subconjunto da população-alvo (Universo) de um dos serviços estudados na pesquisa, selecionado aleatoriamente por meio de um processo computacional, utilizando técnicas de amostragem estatística. A definição da amostra a ser pesquisada será feita visando à obtenção de resultados generalizáveis para o Universo estudado, tomando por referência um determinado período base;
- Código de Acesso do Serviço/Usuário: conjunto de caracteres numéricos, estabelecido em plano de numeração que permite a identificação do usuário do SMP e do STFC a ele vinculado. Para fins dessa pesquisa inclui o DDD e o número do telefone do serviço pesquisado;
- População-alvo (Universo): é o conjunto de todos os usuários de cada um dos serviços de telecomunicações, cadastrados na prestadora, dos que se tem interesse em pesquisar o grau de satisfação e a qualidade percebida, conforme critérios estabelecidos no subitem 2.4 deste Manual;
- Prestadora: é a pessoa jurídica que detém concessão, permissão ou autorização para a exploração de serviço de telecomunicações abrangido nesta pesquisa;
- Unidade Primária de Amostragem (UPA): usuário do serviço de telecomunicações, selecionado aleatoriamente para responder a pesquisa;
- Usuário: qualquer pessoa física, com 18 anos ou mais, que utiliza os serviços de telecomunicações em uma ou mais modalidades abrangidas por essa pesquisa;
- Variável: representação simbólica ou factual de um atributo;
- Variável de Estratificação: variável utilizada no processo de amostragem aleatória estratificada, cuja característica permite a divisão da População-alvo em estratos (grupos) de usuários, para cada serviço a ser pesquisado. Para fins dessa pesquisa, a variável de estratificação será a Unidade da Federação.

6.2. Das Unidades Primárias de Amostragem (UPA) de Pessoas Físicas

Em cada população-alvo a unidade primária de amostragem será:

- TV por assinatura e SCM: Cadastro de Pessoa Física (CPF) do assinante + índice (posição do registro no banco de dados – número de 1 até n, onde n é a quantidade de registros);
- SMP e STFC: Código de Acesso (DDD e número do telefone)

6.3. Metodologia Estatística

A Metodologia Estatística adotada nessa pesquisa será o método probabilístico de seleção das amostras. O plano amostral probabilístico reúne todas as técnicas que usam mecanismos aleatórios de seleção das unidades amostrais, atribuindo a cada um deles uma probabilidade, conhecida *a priori*, de pertencer à amostra. Uma das grandes vantagens

desse plano é a de medir a precisão da amostra obtida, baseando-se no resultado contido na própria amostra.

6.4. Técnicas de Amostragem

Dentre as diversas técnicas pertencentes aos métodos probabilísticos, a Pesquisa de Aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida adotará a **Amostragem Aleatória Simples (AAS)** e a **Amostragem Estratificada (AE)**.

A Amostragem Aleatória Simples (AAS) é a técnica mais simples de selecionar uma amostra probabilística de uma população-alvo. Utilizando um procedimento aleatório (computacional ou tabela de números aleatórios), sorteia-se um elemento da população-alvo, sendo que todos os elementos têm a mesma probabilidade de serem sorteados. Repete-se o procedimento até que as n unidades da amostra sejam sorteadas.

A Amostragem Estratificada (AE) procura explorar a ideia de que, quanto mais homogênea for a população-alvo, mais precisos serão os resultados amostrais. Nessa técnica, a população-alvo é dividida em estratos (subpopulações), usualmente de acordo com uma variável de estratificação. Ainda, na amostragem estratificada, o processo de seleção das amostras poderá se dar de forma uniforme (tamanho das amostras iguais) ou desproporcional (tamanho de amostra proporcional ao tamanho dos estratos).

Na aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida por prestadora, a variável de estratificação utilizada será a Unidade da Federação. Para garantir a representatividade por Unidade da Federação e prestadora, em cada estrato dos serviços pesquisados será aplicada uma AASs para selecionar as unidades amostrais.

6.5. Erro amostral

O erro amostral é um indicador que mensura o quanto os valores obtidos a partir das informações da amostra podem diferir do valor real da população-alvo.

Em qualquer estudo em que se realizam amostras o erro amostral está presente a certo nível de confiabilidade. Alguns podem ser mensurados, como é o caso das amostras probabilísticas, outros não, como as amostras não probabilísticas.

Detalhando esses conceitos estatisticamente temos as seguintes premissas:

- O erro amostral é calculado em função de:
 - tamanho da população-alvo;
 - tamanho da amostra (número de entrevistas);
 - heterogeneidade da amostra (variabilidade medida nas características: hábitos, motivações, intenções etc), e
 - nível de confiança.
- Não existe erro único para toda a pesquisa, pois cada característica tem distribuição de probabilidade própria. Para cada percentual obtido na amostra há um erro diferente que só pode ser calculado após a execução do estudo (erro *a posteriori*).

As medidas de erro amostral deste estudo são calculadas para estimativas de proporções, utilizando-se um coeficiente de confiança de no mínimo 95% (noventa e cinco por cento) e os tamanhos das amostras sendo dimensionados para se obter estimativas com erros mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento).

Para o cálculo de medidas de variabilidade amostral, como o erro amostral, utiliza-se uma abordagem de inferência baseada em modelos, em que são feitas algumas suposições em relação às variáveis de estudo. No cálculo dos erros amostrais apresentados, utiliza-se um modelo de amostra aleatória simples, em que se supõe que as observações são independentes (ou não-correlacionadas), com esperança igual à proporção populacional ($e=0,5$).

O erro amostral foi calculado para populações finitas, uma vez que a população-alvo possui uma alta variância em termos de tamanhos por estrato. Observa-se populações-alvo que vão de milhares até milhões de registros.

É sabido que, por aproximação de fórmulas matemáticas, quando um Universo tende ao infinito (>10.000), os cálculos dos erros para amostragem finita e infinita chegam ao mesmo resultado. Para obtenção de resultados mais afinados com todas as populações, optou-se pelo cálculo mais ortodoxo:

$$\varepsilon = \sqrt{\frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q \cdot (N - n)}{n \cdot (N - 1)}}$$

Onde,

- ε é o erro para o tamanho da amostra n ;
- n é o tamanho da amostra para uma População finita;
- Z_{α}^2 é o valor tabelado da distribuição normal padrão (Ex. a 95% de confiança $Z_{5\%} = 1,96$);
- p é a proporção estimada da População para um dado atributo;
- considerou-se que a distribuição é desconhecida, portanto assume-se $p = q = 0,5$ (onde $p + q = 1$); e
- $q = (1 - p)$

É importante ressaltar que “ p ”, a probabilidade de um certo evento ocorrer, neste primeiro momento assume uma forma genérica que pode responder por qualquer pergunta do questionário. A razão pela qual isso ocorre é o fato de ainda não se saber os resultados da pesquisa, de modo que fazer qualquer estimativa a respeito pode levar a erros equivocados.

O fato de assumir que $p = q = 0,5$ significa que este é o erro máximo que qualquer evento da amostra como um todo poderá atingir.

6.6. Cálculo do Tamanho das Amostras

O tamanho de cada amostra por estrato será proporcional respeitando os limites do o erro amostral - entre 5% (cinco por cento) e 10% (dez por cento) -, e o nível de confiança de no mínimo 95% (noventa e cinco por cento). A opção por uma partilha proporcional se dá devido à alta variabilidade do tamanho dos estratos o que causaria amostras extremamente pequenas e erros amostrais altos em alguns estratos ou, em outro extremo, amostras de tamanho tão grande que se tornam inexequíveis.

Com base em todas as informações sobre o erro amostral, temos que o tamanho da amostra é calculado da seguinte forma:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{\varepsilon^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Onde,

- n é o tamanho da amostra para uma população finita
- Z_{α}^2 é o valor tabelado da distribuição normal padrão (Ex. a 95% de confiança $Z_{5\%} = 1,96$)
- p é a proporção estimada da população para um dado atributo.
- considerou-se que a distribuição é desconhecida, portanto assume-se $p = q = 0,5$ (onde $p + q = 1$)
- $q = (1 - p)$
- ε é o erro para o tamanho da amostra n

Utilizando a equação descrita acima e, para cada uma das populações-alvo (SMP, STFC, SCM e Serviços de TV por Assinatura) criou-se um simulador para chegar na opção mais parcimoniosa (que trouxesse menos distorções entre a população-alvo real e a amostra simulada objetivando um erro parcimonioso) dos respectivos tamanhos de amostras que serão considerados na pesquisa.

6.7. Seleção da amostra

Calculado o tamanho de cada amostra, o processo de seleção se dará de forma probabilística, segundo o método de amostragem aleatória simples, com igual probabilidade de seleção entre as UPAs dentro dos estratos. Assim, parte-se do pressuposto técnico de que a amostragem é de natureza aleatória e o tamanho de cada subamostra será suficientemente significativo para sustentar a aferição do Grau de Satisfação e da Qualidade Percebida em nível de estratos da amostra.

A seleção das amostras a ser realizada pela Anatel a partir da base de dados da população-alvo, fornecida pelas prestadoras do serviço a ser pesquisado, dar-se-á por meio das diversas funções e *scripts* de amostragens já implementadas no *software* estatístico SAS.

Uma vez sorteadas as amostras, a instituição contratada para a operacionalização do estudo de campo, receberá as seguintes informações:

- Serviço;
- Unidade da Federação;
- Prestadora;
- Nome do titular; e
- Telefone(s) de contato.

6.8. Uso de calibradores

Toda amostra planejada desproporcionalmente necessita da aplicação de calibradores para que, quando for interpretada, represente a população-alvo. A este método chamamos de *raking*.

Os calibradores utilizados neste estudo seguem uma estrutura simplificada, onde é possível sua demonstração através da seguinte fórmula:

$$C_i = \frac{P_i}{A_i}$$

Onde,

- C_i corresponde ao calibrador do i-ésimo estrato estatístico;
- P_i é a distribuição proporcional da População-alvo do i-ésimo estrato; e
- A_i é a distribuição proporcional da amostra do i-ésimo estrato.

6.9. Pesquisa piloto

A empresa pesquisadora deve fazer, quando solicitada pela Anatel e desde que evidenciada a necessidade, rodada de entrevistas a título de pesquisa piloto para validar e/ou calibrar os questionários a serem aplicados para cada população-alvo pesquisada. As pesquisas piloto de cada serviço devem ser submetidas a pelo menos 100 (cem) e no máximo 200 (duzentos) respondentes. Havendo a necessidade de adequação ao questionário, caberá à Anatel efetuar os ajustes cabíveis e tomar a decisão final a respeito.

Todos os resultados da pesquisa piloto devem ser entregues à Anatel em até 10 (dez) dias após seu término.

As pesquisas piloto têm o propósito de orientar as pesquisas principais e, por este motivo, não serão publicadas.

7. Dos dados gerados pelas pesquisas

7.1. Envio de informações coletadas à Anatel

A empresa pesquisadora deverá entregar diretamente à Anatel no prazo estabelecido no calendário anual constante deste Manual:

- os dados coletados, separados por prestadora, Unidade da Federação e serviço;
- as informações necessárias para a correta interpretação e análise dos dados enviados;
- as gravações das entrevistas em campo, com identificação que permita à Anatel acessar cada uma delas diretamente;
- as ocorrências de campos (análises das tentativas de contato, recusas, passagens pelos filtros, etc); e
- os demais dados solicitados pela Agência, que sejam relevantes para o acompanhamento da apuração da pesquisa e da lisura de seus resultados.

Os dados previstos nos itens (i) e (ii) acima devem ser entregues por meio de arquivos, em formato de banco de dados compatível com a versão Microsoft SQL Server utilizada pela Anatel, a serem transferidos para o servidor FTP da Agência, atendendo à especificação do dicionário de dados específico, na forma definida abaixo.

Este dicionário deverá especificar:

- o nome das variáveis;
- o tipo das variáveis;

- c) a descrição das variáveis; e,
- d) a categoria ou valores atribuídos em resposta.

As gravações das entrevistas citadas no item (iii) devem ser entregues no formato “.mp3” (MPEG-1/2 *Audio Layer 3*) e transferidas para o servidor FTP da Anatel.

As informações referentes aos itens (i) a (v) podem, excepcionalmente, quando se verificar necessário, ser entregues por outras formas acordadas com a Anatel.

As informações referentes ao item (iv) deverão ser enviados na forma de Relatório de Ocorrência de Campo (ROC) que deverá conter no mínimo (para cada serviço):

- i) O plano amostral realizado (quantitativo de amostras por UF e prestadora);
- ii) Planejamento dos recursos humanos utilizados (quantitativo de entrevistadores, supervisores, coordenadores e equipes);
- iii) Ordem de coleta (se houve - prestadora, serviço e UF). Se não houve alteração, será o mesmo do PPC;
- iv) Número médio de tentativas de contato por unidade amostral por;
- v) Tempo médio das entrevistas, por UF, bem como suas respectivas variâncias;
- vi) Quantitativo de entrevistas recusadas, por UF;
- vii) Quantitativo de entrevistas interrompidas por queda na chamada, por UF;
- viii) Quantitativo de entrevistas interrompidas por desistências do respondente, por UF;
- ix) Quantitativo de entrevistas finalizadas pelos respectivos filtros constantes nos questionários de cada serviço, conforme exemplo abaixo (por UF):
 - a) Q5 - trabalha em empresa de pesquisa, rádio, jornal, Anatel e etc...;
 - b) Q6 - mudou de operadora;
 - c) Q7 - não é o principal usuário da linha;
 - d) Q8 – não é o responsável pelo pagamento da conta;
 - e) Q9 – pessoa jurídica;
 - f) Q10 - mudou de plano pré-pago para pós-pago ou vice versa, e
 - g) Q11 - idade inferior a a 18 anos;

7.2. Envio dos resultados à Anatel

Os resultados finais das pesquisas devem ser consolidados em relatório a ser encaminhado à Anatel no prazo estabelecido no calendário anual, constante deste Manual, contendo em seu formato, no mínimo:

- (i) Escopo;
- (ii) Resumo Executivo ;
- (iii) Metodologia, contendo:
 - a. Período da coleta;

- b. Tipo de amostragem;
 - c. Desenho da amostra;
 - d. Amostra coletada;
 - e. Tipo de alocação dentro dos estratos;
 - f. Erros amostrais *a posteriori*;
 - g. Calibradores utilizados.
- (iv) Procedimentos operacionais;
 - (v) Análise do controle de qualidade dos dados coletados;
 - (vi) Análise crítica aos dados coletados;
 - (vii) Perfil sócio demográfico dos entrevistados;
 - (viii) Percepção de qualidade das prestadoras;
 - (ix) Satisfação com as prestadoras; e
 - (x) Observações e considerações relevantes.

Os itens (viii) e (ix) devem ser apresentados por atributo, por prestadora, por serviço e por Unidade da Federação, e o item (vii) por prestadora, por serviço e por Unidade da Federação. O relatório também deve incluir um *ranking* por prestadora e por Unidade da Federação. Outros relatórios com os resultados das pesquisas nos formatos e granularidades definidos pela Anatel, se necessários, poderão ser solicitados à empresa pesquisadora.

7.3. Envio de informações coletadas e dos resultados às prestadoras

Os dados da pesquisa previstos nos subitens (i) a (v) do item 7.1. e os seus resultados podem ser enviados às prestadoras participantes, de forma que estas recebam tão somente os seus próprios dados.

O envio de tais dados às prestadoras deve ser posterior ao envio dos resultados globais à Anatel. As prestadoras não podem dar publicidade aos seus resultados recebidos.

8. Divulgação dos resultados

O resultado da análise dos dados coletados será disponibilizado pela Anatel em sua página da internet, e por outros meios que julgar adequados, de acordo com o calendário anual estabelecido neste Manual. Adicionalmente, a Agência poderá divulgar os resultados da pesquisa em qualquer ocasião que julgar conveniente.

A Anatel dará conhecimento prévio às prestadoras dos resultados globais.

9. Outras Disposições

9.1. Contratação

As prestadoras devem contratar conjuntamente empresa especializada em realização de pesquisas.

A empresa pesquisadora contratada pelas prestadoras deverá possuir os seguintes requisitos mínimos:

- ser filiada à ABEP (Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa);
- possuir os padrões ESOMAR;
- possuir certificação ISO 20252;
- ser uma empresa de pesquisa constituída há pelo menos 3 (três) anos;
- possuir experiências comprovadas na atividade de pesquisa de mercado e de opinião; e
- não estar inscrita no cadastro Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas, da Controladoria-Geral da União (CGU).

A empresa pesquisadora contratada deverá fornecer à Anatel as informações de todas as empresas envolvidas na pesquisa, tais como as de *contact center*, de processamento de dados, de treinamento etc.

9.2. Condições para a troca da empresa contratada

Caso a Anatel constate indícios de que a empresa contratada não apresenta experiência, capacidade operacional ou nível de serviço adequados à realização das pesquisas ou ao atingimento das obrigações regulamentares ou neste Manual, poderá determinar que as prestadoras contratem uma nova empresa especializada em realização de pesquisa.

A determinação de contratação de nova empresa especializada em realização de pesquisa é restrita às hipóteses previstas acima, devendo ser fundamentada e formalizada por despacho decisório conjunto da Superintendência de Relação com Consumidores – SRC e da Superintendência de Planejamento e Regulamentação – SPR.

9.3. Divulgação da realização da pesquisa pelas prestadoras

A prestadora deverá garantir, previamente e durante todo o período de coleta, a divulgação adequada e o fornecimento de esclarecimentos sobre a pesquisa a todos os usuários pelos seguintes meios:

- a. Central de Atendimento Telefônico; e
- b. Página da prestadora na internet, em local adequado e de fácil visualização.

Tais informações devem estar disponíveis até a finalização do períodos de coleta, conforme cronograma anual, constante deste Manual.

A Anatel, por sua vez, tomará as medidas cabíveis para garantir a divulgação e o esclarecimento de dúvidas dos usuários que lhe forem dirigidas, por exemplo, por meio do seu Centro de Atendimento (1331 ou 1332) ou da sua página na internet.

9.4. Segurança da informação e confidencialidade dos dados

Todas as bases de dados fornecidas pelas prestadoras à Anatel serão preservadas e seu uso é restrito e exclusivo à Agência. A empresa pesquisadora deve ter acesso somente às amostras selecionadas para pesquisas.

9.5. Do descumprimento das disposições contidas no Manual

O descumprimento das disposições deste Manual sujeitará a prestadora às sanções cabíveis, nos termos da legislação e regulamentação aplicáveis.

10. Calendário Anual

Nota 1: De acordo com o Despacho nº 10.677/2015 - SRC/SPR, de 1º de dezembro de 2015, o cronograma da pesquisa referente ao ano de 2015 passa a contemplar as seguintes situações específicas:

- a. o final do período de coleta da pesquisa do STFC fica prorrogado até o dia 19 de dezembro de 2015;
- b. o prazo para a entrega dos dados coletados, das gravações das entrevistas e das ocorrências em campo do STFC fica prorrogado para o dia 19 de janeiro de 2016;
- c. o final do período de coleta da pesquisa dos serviços de TV por assinatura fica prorrogado até 29 de fevereiro de 2016;
- d. o prazo para a entrega dos dados coletados, das gravações das entrevistas e das ocorrências em campo, bem como o prazo para o envio dos resultados das pesquisas do ano anterior à Anatel e às prestadoras referentes aos serviços de TV por assinatura ficam prorrogados para 31 de março de 2016;
- e. a publicação dos resultados da pesquisa dos serviços de TV por assinatura de 2015 fica prorrogada para abril de 2016.

Nota 2: A prorrogação dos prazos previstos para o período de coleta do STFC e dos serviços de TV por assinatura é restrita ao cronograma da pesquisa do ano de 2015, não afetando os cronogramas das pesquisas dos anos subsequentes.

10.1. Calendário de 2015

Mês	Atividades	Responsável
Julho	Aprovação e publicação do Manual de Aplicação	Anatel
Agosto	Envio à Anatel do relatório com o quantitativo de acessos ativos e da base de informações	Prestadoras
	Divulgação do plano amostral	Anatel
	Submissão do PPC para aprovação	Empresa Pesquisadora
	Sorteio dos contatos para a pesquisa	Anatel
Setembro	Comunicação à Anatel da empresa pesquisadora contratada pelas prestadoras	Prestadoras
	Envio para a empresa pesquisadora dos contatos a serem entrevistados	Anatel
	Envio à empresa pesquisadora dos modelos de questionários a serem utilizados	Anatel
Outubro	Período de Coleta	Empresa Pesquisadora
Novembro	Período de Coleta	Empresa Pesquisadora
Dezembro	Entrega dos dados coletados, das gravações das entrevistas e das ocorrências em campo	Empresa Pesquisadora

10.2. A partir de 2016

Mês	Atividade	Responsável
Janeiro	Envio dos resultados das pesquisas do ano anterior à Anatel e às prestadoras	Empresa pesquisadora
Março	Publicação dos resultados das pesquisas do ano anterior	Anatel
Mai	Publicação do Manual de Aplicação a ser utilizado no ciclo de pesquisa (caso existam alterações)	Anatel
	Envio à Anatel do relatório com o quantitativo de acessos ativos e da base de informações	Prestadoras
Junho	Comunicação à Anatel da empresa pesquisadora contratada pelas prestadoras	Prestadoras
	Sorteio dos contatos para a pesquisa	Anatel
	Divulgação do plano amostral	Anatel
	Envio à empresa pesquisadora dos modelos de questionários a serem utilizados	Anatel
Julho	Submissão do PPC para aprovação	Empresa Pesquisadora
	Envio para a empresa pesquisadora dos contatos a serem entrevistados	Anatel
Agosto	Período de Coleta	Empresa pesquisadora
Setembro	Período de Coleta	Empresa pesquisadora
Outubro	Período de Coleta	Empresa pesquisadora
Novembro	Período de Coleta	Empresa pesquisadora
Dezembro	Entrega dos dados coletados, das gravações das entrevistas e das ocorrências de campo	Empresa pesquisadora