

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO - UEMA
CAMPUS DE PEDREIRAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

JHEYMISON MAGNUS SILVA PASSOS

**ANÁLISE DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE NO SETOR DE
TELECOMUNICAÇÕES: UM ESTUDO COM PROVEDORES DE INTERNET NO
MUNICÍPIO DE PEDREIRAS – MA**

Pedreiras - MA

2026

JHEYMISON MAGNUS SILVA PASSOS

**ANÁLISE DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE NO SETOR DE
TELECOMUNICAÇÕES: UM ESTUDO COM PROVEDORES DE INTERNET NO
MUNICÍPIO DE PEDREIRAS – MA**

Artigo apresentado ao curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Universidade Estadual do Maranhão, Campus de Pedreiras, como requisito para obtenção de grau de Tecnólogo.

Orientador: Prof. Esp. Luis Guilherme Lopes Freitas

Pedreiras - MA

2026

Passos, Jheymison Magnus Silva

Análise da qualidade do atendimento ao cliente no setor de telecomunicações: um estudo com provedores de internet no município de Pedreiras – MA. / Jheymison Magnus Silva Passos. – Pedreiras, MA, 2026.

28 f

Artigo Científico (Graduação em Tecnologia em Gestão Comercial.) - Universidade Estadual do Maranhão, Campus Pedreiras, 2026.

Orientador: Prof. Esp. Luis Guilherme Lopes Freitas

1.Qualidade dos serviços. 2.Satisfação do cliente. 3.Telecomunicações. I.Titulo.

CDU: 658.562

JHEYMISON MAGNUS SILVA PASSOS

**ANÁLISE DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE NO SETOR DE
TELECOMUNICAÇÕES: UM ESTUDO COM PROVEDORES DE INTERNET NO
MUNICÍPIO DE PEDREIRAS – MA**

Artigo apresentado ao curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Universidade Estadual do Maranhão, Campus de Pedreiras, como requisito para obtenção de grau de Tecnólogo.

Aprovada em: 02/06/2026

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente

LUIS GUILHERME LOPES FREITAS

Data: 07/07/2026 18:08:41-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Orientador: Prof. Esp. Luis Guilherme Lopes Freitas



Documento assinado digitalmente

DERICK PHELIPE MORAIS SILVA DOS SANTOS

Data: 08/07/2026 08:49:51-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

1º Examinador: Prof. Esp. Derick Phelipe Moraes Silva dos Santos



Documento assinado digitalmente

IAN ROCHA DA SILVA

Data: 08/07/2026 08:38:46-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

2º Examinador: Prof. Esp. Ian Rocha da Silva

ANÁLISE DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE NO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES: UM ESTUDO COM PROVEDORES DE INTERNET NO MUNICÍPIO DE PEDREIRAS – MA

Jheymison Magnus Silva Passos¹

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar a qualidade do atendimento ao cliente no setor de telecomunicações, com foco nos provedores de internet do município de Pedreiras – MA, buscando compreender como esse fator influencia a satisfação e a fidelização dos consumidores. A pesquisa parte da premissa de que o atendimento ao cliente é um diferencial competitivo, especialmente em um setor onde os serviços são semelhantes. Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa de abordagem quantitativa, com caráter descritivo e corte transversal. Os dados foram coletados por meio de um questionário estruturado aplicado a 50 clientes de provedores de internet, utilizando a plataforma Google Forms. A amostra foi não probabilística por conveniência, e os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, permitindo a interpretação dos resultados em gráficos. Os resultados indicam que há um nível moderado de satisfação dos clientes. Entre os pontos positivos, destacam-se a cordialidade dos atendentes e a facilidade de acesso aos canais digitais, especialmente o WhatsApp. No entanto, foram identificadas fragilidades, como demora no atendimento, falhas na clareza das informações contratuais e problemas técnicos, como instabilidade e velocidade da internet. Conclui-se que a satisfação do cliente depende da integração entre qualidade técnica e eficiência no atendimento.

Palavras-chave: Qualidade dos serviços; Satisfação do cliente; Telecomunicações.

ABSTRACT

This study aims to analyze the quality of customer service in the telecommunications sector, focusing on internet service providers in the municipality of Pedreiras – MA, seeking to understand how this factor influences customer satisfaction and loyalty. The research is based

¹ Aluno do curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, Núcleo de Tecnologia para Educação, Universidade Estadual do Maranhão. E-mail: jheymison.magnus@gmail.com.

on the premise that customer service is a competitive advantage, especially in a sector where services are similar. Regarding the methodology, this is a quantitative study with a descriptive and cross-sectional approach. Data were collected through a structured questionnaire applied to 50 customers of internet providers, using the Google Forms platform. The sample was non-probabilistic by convenience, and the data were analyzed using descriptive statistics, allowing the interpretation of results through graphs. The results indicate a moderate level of customer satisfaction. Among the positive aspects, the friendliness of the attendants and the ease of access to digital channels, especially WhatsApp, stand out. However, some weaknesses were identified, such as delays in service, lack of clarity in contractual information, and technical issues, such as instability and internet speed. It is concluded that customer satisfaction depends on the integration between technical quality and service efficiency.

Keywords: Service quality; Customer satisfaction; Telecommunications

1. INTRODUÇÃO

O setor de telecomunicações no Brasil tem se consolidado como um dos pilares fundamentais para o desenvolvimento econômico, social e tecnológico, especialmente diante do avanço da transformação digital e da crescente demanda por conectividade. A expansão do acesso à internet e aos serviços de comunicação tem impactado diretamente o cotidiano da população, tornando esses serviços essenciais para atividades como trabalho, educação, lazer e acesso à informação. Dados recentes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2024) indicam que a maioria dos domicílios brasileiros já possui acesso à internet, evidenciando a relevância desse setor na sociedade contemporânea.

Nesse cenário, a qualidade do atendimento ao cliente no setor de telecomunicações assume papel estratégico, uma vez que os serviços oferecidos pelas empresas tendem a apresentar características semelhantes, tornando o atendimento um diferencial competitivo. Conforme Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021), a experiência do cliente tornou-se um dos principais fatores de decisão de consumo, sendo determinante para a fidelização e satisfação dos usuários. Assim, não basta apenas oferecer um serviço tecnicamente eficiente, sendo necessário garantir um atendimento ágil, claro e eficaz.

Diante desse contexto, o problema de pesquisa que orienta este estudo é: de que maneira a qualidade do atendimento ao cliente no setor de telecomunicações influencia a satisfação e a fidelização dos consumidores no município de Pedreiras – MA? Essa questão parte da premissa

de que o atendimento ao cliente constitui um dos principais fatores que determinam a percepção de valor dos serviços prestados, especialmente em um setor altamente competitivo.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar os impactos da qualidade do atendimento sobre a satisfação dos consumidores no setor de telecomunicações no município de Pedreiras – MA. Para atingir esse objetivo, foram definidos os seguintes objetivos específicos: identificar os principais elementos da qualidade do atendimento que influenciam a satisfação dos clientes; analisar a contribuição das práticas de atendimento, incluindo o uso de tecnologias digitais, para a fidelização dos consumidores; e avaliar a relação entre a experiência de atendimento e a percepção de valor dos serviços oferecidos pelos provedores de internet.

A escolha do tema justifica-se pela relevância social e acadêmica do setor de telecomunicações, que desempenha papel fundamental na inclusão digital e no desenvolvimento regional. No município de Pedreiras – MA, os provedores de internet são responsáveis por garantir o acesso à conectividade, sendo essenciais para o funcionamento de atividades educacionais, comerciais e institucionais. Nesse contexto, compreender a qualidade do atendimento prestado por essas empresas torna-se fundamental para identificar desafios e propor melhorias.

Diante disso, este estudo contribui para o aprofundamento das discussões sobre qualidade em serviços e comportamento do consumidor, especialmente no contexto das telecomunicações. Conforme Lovelock e Wirtz (2020), a qualidade percebida pelo cliente é resultado da interação entre aspectos técnicos e relacionais, sendo o atendimento um elemento-chave nesse processo. Assim, a presente pesquisa busca ampliar a compreensão sobre como esses fatores se manifestam na realidade local.

Portanto, ao analisar a qualidade do atendimento ao cliente no setor de telecomunicações em Pedreiras – MA, este estudo pretende fornecer subsídios teóricos e práticos que possam contribuir para a melhoria dos serviços prestados, promovendo maior satisfação e fidelização dos consumidores, além de fortalecer a competitividade das empresas do setor.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa foi desenvolvida a partir de levantamento bibliográfico e pesquisa de campo. Inicialmente, realizou-se a pesquisa bibliográfica, utilizando livros, artigos científicos, relatórios institucionais e documentos oficiais relacionados à qualidade no atendimento ao cliente, satisfação do consumidor e setor de telecomunicações. Segundo Gil

(2020), a pesquisa bibliográfica permite ao pesquisador aprofundar conhecimentos teóricos sobre o tema estudado, contribuindo para a fundamentação e análise dos dados obtidos.

Posteriormente, realizou-se a pesquisa de campo, caracterizada como quantitativa, descritiva e de corte transversal, com o objetivo de analisar a qualidade do atendimento ao cliente nos provedores de internet do município de Pedreiras – MA. A abordagem quantitativa foi escolhida por possibilitar a coleta e análise de dados numéricos, permitindo mensurar a percepção dos clientes acerca dos serviços prestados. Conforme Marconi e Lakatos (2021), pesquisas quantitativas utilizam dados mensuráveis para compreender fenômenos e identificar padrões de comportamento.

A pesquisa também possui caráter descritivo, pois buscou identificar e descrever as percepções dos consumidores em relação ao atendimento recebido. Quanto ao procedimento temporal, trata-se de um estudo transversal, realizado em um único período, no mês de abril de 2026.

A coleta de dados ocorreu por meio da plataforma Google Forms, utilizando questionário estruturado com 10 (dez) perguntas objetivas relacionadas à qualidade do atendimento, satisfação dos clientes, tempo de resposta e qualidade técnica dos serviços prestados. A amostra foi composta por 50 (cinquenta) clientes de provedores de internet residentes no município de Pedreiras – MA, selecionados por conveniência.

Os dados coletados são classificados como primários, pois foram obtidos diretamente dos participantes da pesquisa. Após a coleta, as informações foram organizadas e analisadas por meio de estatística descritiva, utilizando gráficos e tabelas para melhor interpretação dos resultados. Dessa forma, a metodologia adotada permitiu compreender a percepção dos clientes sobre a qualidade do atendimento no setor de telecomunicações no município pesquisado.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

No contexto atual, marcado pelo crescimento da conectividade e pela intensificação da concorrência entre empresas do setor de telecomunicações, a qualidade do atendimento tornou-se um importante diferencial competitivo. Dessa forma, compreender os aspectos que influenciam a satisfação dos clientes, a qualidade dos serviços oferecidos e o papel desempenhado pelos provedores de internet torna-se essencial para analisar a realidade investigada.

Assim, este referencial teórico está organizado em quatro subitens, que abordam a qualidade no atendimento ao cliente, a qualidade no setor de telecomunicações, a satisfação do

cliente como indicador de qualidade e a atuação dos provedores de internet, oferecendo suporte teórico para o desenvolvimento da pesquisa e para a discussão dos resultados.

3.1 Qualidade no atendimento ao cliente

A qualidade no atendimento ao cliente é um dos principais fatores de competitividade nas organizações contemporâneas, especialmente em setores de serviços, como o de telecomunicações. Nesse contexto, a qualidade não se restringe apenas à entrega do serviço, mas envolve toda a experiência do consumidor ao longo de sua jornada.

De acordo com a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) “Qualidade: a totalidade de características de uma prestadora que lhe conferem sua habilidade de satisfazer necessidades explícitas e implícitas de seus consumidores” (ANATEL, 2018, p. 3). Essa definição evidencia que a qualidade está diretamente associada à percepção do cliente, sendo influenciada por fatores como eficiência, confiabilidade e atendimento.

Nesse sentido, autores contemporâneos destacam que a qualidade do atendimento está ligada à capacidade da empresa em atender expectativas e superar necessidades dos consumidores. Conforme Santos e Silva (2025), a utilização de indicadores de desempenho e ferramentas da qualidade contribui para a melhoria contínua do atendimento ao cliente, permitindo maior eficiência operacional e redução de falhas.

Além disso, estudos recentes apontam que a satisfação do cliente está diretamente relacionada à percepção da qualidade do serviço prestado. Napitupulu et al. (2018) afirmam que existe uma forte correlação entre qualidade do serviço e satisfação do usuário, demonstrando que melhorias na qualidade impactam positivamente a experiência do cliente.

Nesse sentido, a literatura recente reforça a importância da avaliação contínua da qualidade dos serviços:

A avaliação da qualidade do serviço de referência, sob a ótica dos usuários, permite identificar aspectos relacionados à satisfação e às necessidades informacionais, contribuindo para a melhoria contínua dos serviços. Nesse sentido, a percepção dos usuários torna-se elemento fundamental para o diagnóstico de falhas e para o aprimoramento das práticas adotadas nas unidades de informação (RABELO; INOMATA, 2025, p. 1).

Nessa perspectiva, verifica-se que a citação apresentada reforça a importância da percepção dos usuários como elemento central na avaliação da qualidade dos serviços. Isso significa que a qualidade não deve ser analisada apenas pela visão da empresa, mas

principalmente pela experiência vivenciada pelo cliente durante o atendimento. Quando os consumidores avaliam o serviço prestado, tornam-se capazes de identificar falhas, dificuldades e aspectos que necessitam de melhorias, contribuindo para o aperfeiçoamento contínuo dos processos organizacionais.

Nesse contexto, a satisfação do usuário passa a representar um importante indicador de desempenho, permitindo que as empresas compreendam melhor as necessidades e expectativas dos consumidores. Além disso, a avaliação constante dos serviços possibilita maior eficiência no atendimento, redução de falhas e fortalecimento da relação entre empresa e cliente. Dessa forma, percebe-se que ouvir o consumidor e considerar suas percepções é fundamental para garantir qualidade, competitividade e melhoria contínua dos serviços prestados.

Além disso, a qualidade no atendimento está diretamente relacionada à capacidade da organização em compreender as necessidades dos consumidores e responder de forma eficiente às suas demandas. Nesse sentido, empresas que monitoram continuamente a satisfação dos clientes conseguem identificar pontos críticos no atendimento e desenvolver estratégias voltadas à melhoria dos serviços.

Conforme Lovelock e Wirtz (2020), a avaliação constante da experiência do consumidor contribui para o fortalecimento da confiança e para a fidelização dos clientes, tornando a qualidade um fator estratégico para a competitividade organizacional.

Da mesma forma, no setor de telecomunicações, a percepção dos usuários possui papel fundamental na identificação de falhas técnicas e operacionais, especialmente em serviços relacionados à conectividade e suporte ao cliente. A utilização de pesquisas de satisfação e canais de feedback permite que as empresas compreendam melhor as expectativas dos consumidores e aperfeiçoem seus processos internos.

Segundo Kotler e Keller (2019), organizações que valorizam a opinião dos clientes tendem a apresentar melhores níveis de desempenho, uma vez que conseguem alinhar seus serviços às necessidades do mercado e oferecer experiências mais satisfatórias aos usuários.

Portanto, percebe-se que a qualidade no atendimento ao cliente deve ser entendida como um processo contínuo de avaliação, adaptação e melhoria, no qual a percepção dos usuários exerce papel essencial para o aperfeiçoamento dos serviços prestados. No setor de telecomunicações, onde a competitividade é elevada e as demandas dos consumidores são cada vez maiores, investir em atendimento eficiente, canais acessíveis e qualidade técnica torna-se indispensável para garantir satisfação, confiança e fidelização dos clientes.

Dessa forma, as empresas que valorizam a experiência do consumidor e buscam constantemente aprimorar seus serviços tendem a fortalecer sua imagem no mercado e alcançar melhores resultados organizacionais.

3.2 Qualidade no setor de telecomunicações

O setor de telecomunicações apresenta características específicas que tornam a qualidade do atendimento ainda mais relevante, uma vez que os serviços prestados são essenciais para a comunicação e acesso à informação.

Segundo a ANATEL (2018), a qualidade dos serviços de telecomunicações é composta por duas dimensões principais: Qualidade do Serviço (QoS) e Qualidade da Experiência (QoE), sendo esta última diretamente relacionada à percepção do usuário.

De acordo com a pesquisa de satisfação realizada pela ANATEL (2024), os índices de qualidade percebida têm sido utilizados como indicadores fundamentais para avaliar o desempenho das operadoras, demonstrando a crescente importância da opinião do consumidor na mensuração da qualidade. Nesse sentido, a literatura aponta que a qualidade no setor de telecomunicações deve ser analisada de forma sistêmica, considerando tanto aspectos técnicos quanto a experiência do usuário.

Diante disso, estudos indicam que o aumento da satisfação dos consumidores está relacionado à melhoria dos serviços prestados. Dados da Agência Nacional de Telecomunicações demonstram que a satisfação dos usuários com serviços de telecomunicações apresentou crescimento recente, reforçando a importância da qualidade no atendimento (ANATEL, 2024). Dessa forma, a qualidade no setor de telecomunicações depende da integração entre tecnologia, processos e atendimento ao cliente, sendo este último um diferencial competitivo relevante.

A análise da qualidade no setor de telecomunicações também deve considerar o papel da inovação tecnológica e da digitalização dos serviços, que vêm transformando significativamente a forma como as empresas se relacionam com seus clientes. A introdução de ferramentas digitais, como aplicativos, atendimento automatizado e inteligência artificial, tem contribuído para maior agilidade no suporte ao consumidor, porém também exige adaptações constantes para garantir eficiência e humanização no atendimento.

Nesse contexto, observa-se que a transformação digital no setor de telecomunicações impacta diretamente a qualidade percebida pelos usuários. Além disso, a qualidade no atendimento está diretamente relacionada à capacidade de resolução de problemas de forma

rápida e eficaz. No setor de telecomunicações, onde falhas técnicas podem ocorrer com frequência, o suporte ao cliente torna-se um elemento central para a avaliação do serviço.

Nesse sentido, destaca-se a importância da integração entre tecnologia e atendimento humanizado, conforme evidenciado na literatura:

A transformação digital no setor de serviços exige que as empresas integrem tecnologias avançadas com práticas de atendimento centradas no cliente. A utilização de ferramentas digitais deve ser acompanhada de estratégias que garantam a qualidade da experiência do usuário, considerando aspectos como acessibilidade, rapidez na resposta e eficiência na resolução de problemas, fatores essenciais para a satisfação do consumidor (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2021, p. 67).

A partir dessa perspectiva, percebe-se que a tecnologia, por si só, não garante qualidade, sendo necessário alinhar os recursos tecnológicos com práticas organizacionais voltadas para o cliente.

Ademais, a regulação do setor de telecomunicações no Brasil também desempenha papel fundamental na garantia da qualidade dos serviços. A atuação da ANATEL estabelece padrões e indicadores que devem ser seguidos pelas prestadoras, visando assegurar direitos dos consumidores e promover a melhoria contínua dos serviços.

Nesse contexto, a fiscalização e o monitoramento da qualidade são essenciais para garantir que as empresas cumpram os requisitos estabelecidos. A ANATEL utiliza indicadores como tempo de atendimento, resolução de demandas e nível de satisfação dos usuários para avaliar o desempenho das operadoras.

Sobre isso, destaca-se:

A regulação da qualidade dos serviços de telecomunicações tem como objetivo assegurar padrões mínimos de desempenho e garantir que os direitos dos consumidores sejam respeitados. Para isso, são estabelecidos indicadores que permitem avaliar tanto aspectos técnicos quanto a experiência do usuário, promovendo maior transparência e incentivando a melhoria contínua dos serviços prestados pelas operadoras (ANATEL, 2018, p. 10).

Dessa forma, observa-se que a qualidade no setor de telecomunicações resulta da combinação entre inovação tecnológica, eficiência operacional e regulação eficaz. O atendimento ao cliente, nesse cenário, assume papel estratégico, pois é o principal canal de interação entre empresa e consumidor.

Por fim, destaca-se que a competitividade no setor está cada vez mais associada à capacidade das empresas em oferecer serviços de qualidade aliados a um atendimento eficiente. Assim, organizações que investem em melhoria contínua, capacitação de equipes e uso

adequado de tecnologias tendem a alcançar melhores resultados em termos de satisfação e fidelização dos clientes.

3.3 Satisfação do cliente como indicador de qualidade

A satisfação do cliente é amplamente reconhecida como um dos principais indicadores de qualidade no setor de serviços, especialmente no segmento de telecomunicações, onde a competitividade é elevada e os serviços ofertados apresentam características semelhantes entre as empresas.

De acordo com Kotler e Keller (2019), a satisfação do cliente está diretamente relacionada à comparação entre as expectativas criadas e o desempenho percebido do serviço. Quando o serviço atende ou supera as expectativas, o cliente tende a apresentar maior nível de satisfação, o que contribui para sua fidelização e para a construção de uma imagem positiva da empresa no mercado.

Além disso, a satisfação do cliente pode ser mensurada por meio de diferentes indicadores, como pesquisas de opinião, índices de reclamações e avaliações em canais oficiais. No setor de telecomunicações, órgãos como o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon), o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) e a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) desempenham papel fundamental no monitoramento da qualidade dos serviços, a partir do registro e análise das demandas dos consumidores.

Conforme a Secretaria Nacional do Consumidor, o aumento no número de reclamações está frequentemente associado a problemas na prestação de serviços e na resolução de demandas dos clientes e a relevância desses mecanismos pode ser observada na seguinte abordagem:

Os canais de atendimento ao consumidor, como o SAC e os órgãos de defesa do consumidor, constituem ferramentas fundamentais para a avaliação da qualidade dos serviços prestados. A análise das reclamações registradas permite identificar falhas operacionais, dificuldades no atendimento e lacunas na prestação dos serviços, contribuindo para a implementação de melhorias e para a proteção dos direitos dos consumidores (BRASIL, 2022, p. 45).

Dessa forma, os registros de reclamações não devem ser vistos apenas como manifestações negativas, mas como fontes estratégicas de informação para o aprimoramento dos serviços.

No setor de telecomunicações, a ANATEL disponibiliza canais específicos para atendimento ao consumidor, permitindo o registro de reclamações relacionadas a problemas técnicos, cobranças indevidas e falhas no atendimento. Esses dados são utilizados como indicadores de desempenho das operadoras, influenciando diretamente na avaliação da qualidade dos serviços prestados.

Além disso, o Procon atua na mediação de conflitos entre consumidores e empresas, promovendo a defesa dos direitos do consumidor e incentivando práticas mais transparentes por parte das organizações. O SAC, por sua vez, representa o primeiro canal de contato entre cliente e empresa, sendo essencial para a resolução ágil de demandas.

Sobre a relação entre satisfação e qualidade, destaca-se “A satisfação do cliente está diretamente relacionada à qualidade do atendimento e ao relacionamento estabelecido com a empresa” (SANTOS; SILVA, 2025, p. 125).

Assim, evidencia-se que a satisfação do cliente está diretamente relacionada à qualidade do atendimento, sendo influenciada por fatores como rapidez na resposta, clareza na comunicação e resolução de problemas. Com isso, a satisfação do cliente também está relacionada à capacidade das empresas em oferecer respostas rápidas e soluções eficazes para os problemas apresentados pelos consumidores.

No setor de telecomunicações, a agilidade na resolução de demandas representa um fator essencial para a construção da confiança e para a permanência do cliente junto à empresa. De acordo com Lovelock e Wirtz (2020), consumidores satisfeitos tendem a desenvolver relações mais duradouras com as organizações, contribuindo para a fidelização e para o fortalecimento da imagem institucional no mercado.

Outro aspecto relevante refere-se à utilização das informações obtidas por meio das reclamações e avaliações dos consumidores como ferramenta estratégica para a melhoria contínua dos serviços. As empresas que analisam os índices de satisfação conseguem identificar falhas operacionais, aperfeiçoar processos internos e desenvolver estratégias voltadas à qualidade do atendimento.

Em concordância com Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021), organizações que valorizam a experiência do cliente e utilizam feedbacks como instrumento de gestão apresentam maior capacidade de adaptação às exigências do mercado e melhores níveis de competitividade.

Portanto, a satisfação do cliente constitui um elemento essencial para a avaliação da qualidade no setor de telecomunicações, sendo influenciada tanto pela eficiência dos serviços prestados quanto pela atuação dos canais de atendimento e órgãos de defesa do consumidor.

3.4 Atuação dos provedores de internet

O crescimento do acesso à internet no Brasil tem impulsionado a expansão de provedores de internet, especialmente em municípios de médio e pequeno porte, como Pedreiras – MA. Nesse contexto, esses provedores desempenham um papel fundamental na inclusão digital e no desenvolvimento socioeconômico local, sendo responsáveis por garantir conectividade e acesso à informação para a população.

Os provedores regionais, em particular, têm ganhado destaque por oferecerem serviços mais personalizados e atendimento mais próximo ao cliente, o que pode representar um diferencial competitivo em relação às grandes operadoras. De acordo com a Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil, 2024), os provedores de pequeno e médio porte têm ampliado sua participação no mercado, contribuindo significativamente para a expansão da banda larga no país.

Além disso, a qualidade do atendimento nesses provedores é um fator determinante para a satisfação dos clientes, uma vez que, em muitos casos, o relacionamento é mais direto e menos burocrático. Conforme Souza e Lima (2023), empresas que investem em estratégias de relacionamento com o cliente tendem a obter melhores resultados em termos de fidelização e retenção.

Nesse sentido, observa-se que os provedores de internet precisam equilibrar aspectos técnicos, como estabilidade da conexão e velocidade, com aspectos relacionais, como atendimento eficiente e suporte técnico ágil. A qualidade percebida pelo cliente está diretamente associada à capacidade da empresa em resolver problemas de forma rápida e eficaz.

A importância desse equilíbrio pode ser observada na seguinte abordagem:

Os provedores de internet, especialmente os de pequeno porte, possuem papel estratégico na oferta de conectividade em regiões menos assistidas pelas grandes operadoras. A qualidade do atendimento está relacionada à proximidade com o cliente, à agilidade na resolução de problemas e à adaptação às necessidades locais, fatores que influenciam a satisfação e fidelização dos usuários (TELEBRASIL, 2024, p. 18).

Dessa forma, evidencia-se que os provedores de internet exercem um papel essencial na dinâmica do setor de telecomunicações, especialmente em regiões do interior, onde muitas vezes são a principal opção de acesso à internet. A proximidade com o cliente permite uma compreensão mais aprofundada das necessidades dos usuários, contribuindo para a oferta de serviços mais adequados e personalizados.

Ademais, a atuação desses provedores também está relacionada à capacidade de inovação e adaptação tecnológica. A implementação de novas soluções, como fibra óptica e sistemas de atendimento digital, tem sido fundamental para melhorar a qualidade dos serviços e acompanhar as demandas crescentes por conectividade.

Além do mais, os provedores regionais possuem grande relevância na ampliação do acesso à internet em localidades onde as grandes operadoras apresentam menor cobertura ou limitações estruturais. Essa atuação contribui diretamente para a inclusão digital e para o desenvolvimento econômico e social das regiões atendidas. Conforme a Agência Nacional de Telecomunicações, os pequenos provedores têm desempenhado papel essencial na expansão da banda larga no interior do país, promovendo maior acesso da população aos serviços digitais e fortalecendo a competitividade no setor de telecomunicações (ANATEL, 2024).

Outro aspecto importante refere-se à necessidade de investimentos contínuos em infraestrutura e inovação tecnológica, considerando o crescimento constante da demanda por conectividade de qualidade. A implementação de redes de fibra óptica, sistemas de suporte digital e atendimento remoto tem permitido aos provedores oferecer serviços mais eficientes e adequados às necessidades dos consumidores. Segundo Kotler e Keller (2019), empresas que investem em inovação e melhoria contínua conseguem aumentar a satisfação dos clientes e fortalecer sua posição competitiva no mercado, especialmente em setores altamente dinâmicos e tecnológicos, como o de telecomunicações.

Portanto, o estudo com provedores de internet no município de Pedreiras – MA torna-se relevante para compreender como a qualidade do atendimento influencia a satisfação dos clientes, considerando as particularidades do mercado local e a importância desses agentes na promoção da inclusão digital e do desenvolvimento regional.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A coleta de dados foi realizada conforme descrito na metodologia. Os resultados são apresentados e analisados a seguir, com base em cada questão do instrumento de pesquisa, seguindo uma abordagem descritiva e interpretativa.

Para iniciar a análise dos dados da pesquisa, observa-se, logo abaixo, o Gráfico 1, no qual foi indagado aos participantes se os canais de atendimento disponibilizados pela empresa são de fácil acesso. Por meio do gráfico, verificou-se que:

Gráfico 1- Os canais de atendimento disponível pela empresa são de fácil acesso?



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

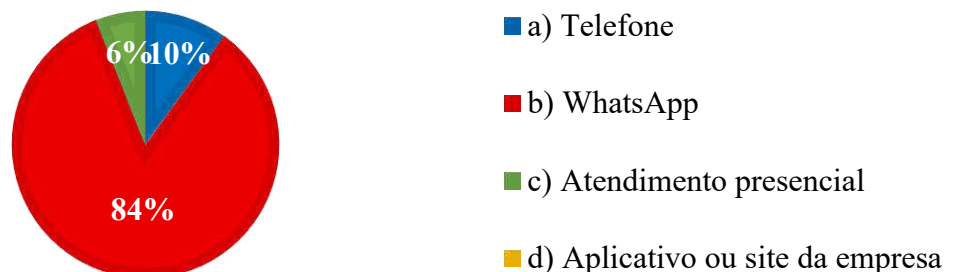
A partir desses resultados, percebe-se que a maioria dos entrevistados respondeu positivamente, com 32% assinalando a opção “sempre” e 56%, “frequentemente”, enquanto 12% relataram que raramente enfrentam dificuldades de acesso. Ressalta-se, ainda, que a opção “nunca” não foi assinalada por nenhum dos respondentes.

Os provedores têm investido em canais acessíveis, principalmente digitais, o que contribui para facilitar a comunicação com os clientes. No entanto, a existência de respostas negativas indica que ainda há barreiras de acesso, possivelmente relacionadas à demora no retorno ou à limitação dos canais disponíveis.

A acessibilidade constitui um elemento essencial da qualidade dos serviços, pois representa o primeiro contato entre cliente e empresa. Conforme Lovelock e Wirtz (2020), a facilidade de acesso aos serviços influencia diretamente a percepção de qualidade e satisfação, sendo fundamental para garantir eficiência no atendimento e fidelização do consumidor.

Dando continuidade à análise, o Gráfico 2 buscou identificar qual é o canal de atendimento mais utilizado pelos clientes, conforme os dados apresentados:

Gráfico 2- Qual o canal de atendimento você mais utiliza?



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

A partir dos dados apresentados no Gráfico 2, observa-se a predominância do uso do WhatsApp como principal canal de atendimento, correspondendo a 84% das respostas. Em seguida, destacam-se o atendimento via telefone, com 10%, e o atendimento presencial, com

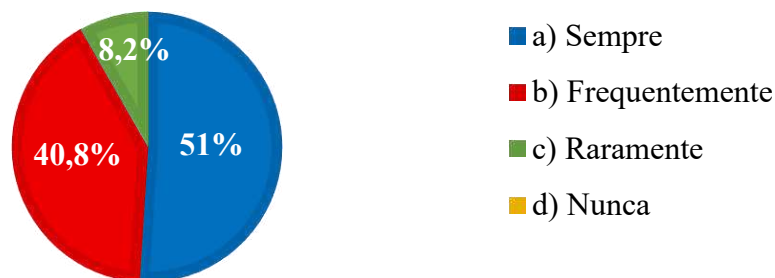
6%. Constatou-se, ainda, que não houve registro de utilização do aplicativo ou do site da empresa por parte dos respondentes.

Esse resultado demonstra a crescente digitalização do atendimento, evidenciando uma mudança no comportamento do consumidor, que busca praticidade e rapidez na comunicação.

O uso predominante do WhatsApp indica que os clientes valorizam canais ágeis e acessíveis, capazes de proporcionar uma resolução mais rápida dos problemas. Conforme Kotler, Kartajaya e Setiawan (2021), a transformação digital tem impactado profundamente a relação entre empresas e consumidores, tornando os canais digitais essenciais para a experiência do cliente. Dessa forma, investir em um atendimento digital eficiente torna-se uma estratégia indispensável para as empresas do setor.

O Gráfico 3 analisou a percepção dos clientes sobre a cordialidade dos atendentes e constatou que:

Gráfico 3 - Os atendentes demonstraram cordialidade durante o atendimento?



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

Os dados evidenciam que 51% dos respondentes afirmaram que os atendentes são sempre cordiais, enquanto 40,8% indicaram que essa cordialidade ocorre frequentemente. Por outro lado, 8,2% relataram que o atendimento raramente apresenta essa característica, não havendo registros de respostas na alternativa “nunca”. Esse resultado evidencia um aspecto positivo do atendimento, indicando que os profissionais demonstram educação, respeito e atenção no contato com o cliente.

A cordialidade é um fator essencial na prestação de serviços, pois contribui para a construção de uma experiência positiva e para o fortalecimento da relação entre empresa e consumidor. Segundo Santos e Silva (2025), o bom relacionamento interpessoal influencia diretamente a satisfação do cliente, sendo um dos principais fatores para a fidelização. Portanto, investir na capacitação das equipes de atendimento é fundamental para manter esse nível de qualidade.

O Gráfico 4 investigou a avaliação dos clientes quanto ao tempo de espera para atendimento, e o resultado foi o seguinte:

Gráfico 4 - Como você avalia o tempo de espera para atendimento?



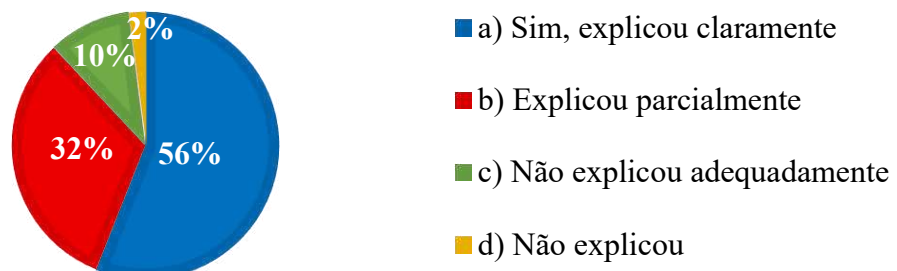
Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

Os resultados apontam que 12% dos respondentes consideram o tempo de atendimento muito curto, enquanto 60%, correspondendo à maioria, o consideram aceitável. Ademais, 20% o classificam como longo e 8% como muito longo. Esse resultado evidencia uma das principais fragilidades do serviço prestado, uma vez que a demora no atendimento gera insatisfação e pode comprometer a imagem da empresa.

O tempo de resposta é um fator crítico na experiência do cliente, especialmente em serviços essenciais, como o fornecimento de internet. De acordo com a ANATEL (2018), a agilidade no atendimento é um dos principais indicadores de qualidade no setor de telecomunicações. Assim, a redução do tempo de espera deve ser tratada como prioridade estratégica pelas empresas.

O Gráfico 5 buscou identificar se as informações fornecidas pelo atendimento foram explicadas de forma clara no momento da contratação.

Gráfico 5 - Antes de contratar os serviços, o atendente explicou as cláusulas inseridas no contrato como: preços, planos e cobranças?



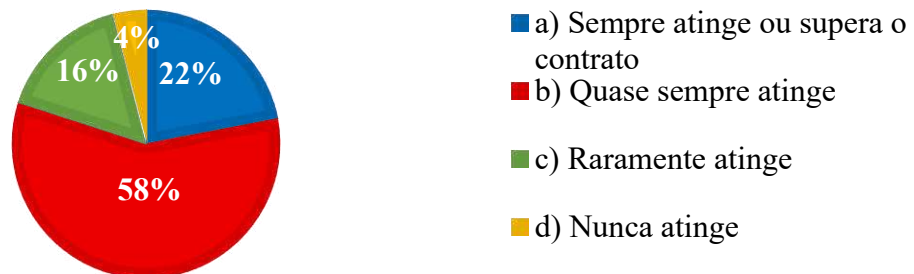
Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

Verificou-se que 56% dos respondentes afirmaram que as informações foram explicadas de forma clara, enquanto 32% relataram que foram explicadas apenas parcialmente. Em contrapartida, 10% dos clientes afirmaram que as informações não foram explicadas adequadamente e 2% relataram que não receberam informações claras sobre o contrato no momento da contratação do serviço. Esse resultado aponta falhas na comunicação, o que pode gerar dúvidas, conflitos e insatisfação futura.

A clareza das informações é fundamental para garantir transparência e confiança na relação entre empresa e cliente. Conforme Kotler e Keller (2019), a comunicação eficaz é essencial para alinhar expectativas e evitar frustrações. Dessa forma, as empresas devem investir na melhoria dos processos de comunicação, garantindo que todas as informações sejam transmitidas de forma clara e objetiva.

Os participantes da pesquisa também foram questionados, conforme apresentado no Gráfico 6, sobre se a internet atinge a velocidade contratada (em megas), de acordo com o plano adquirido. Os resultados demonstraram que:

Gráfico 6 - A velocidade de internet contratada (em megas) está sendo entregue conforme o plano contratado?



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

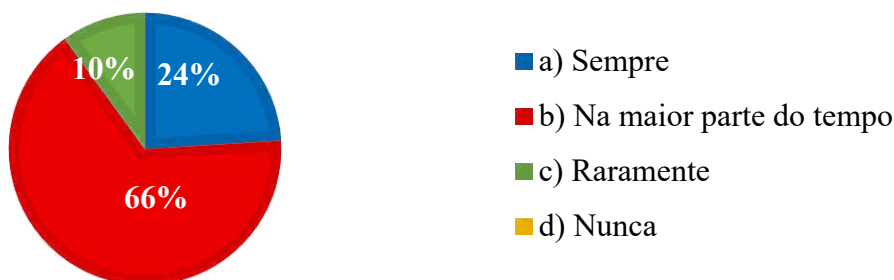
Os dados indicaram que 58% dos respondentes afirmaram que a internet quase sempre atinge a velocidade contratada, enquanto 22% relataram que ela sempre atinge ou até mesmo supera o valor estipulado em contrato. Por outro lado, 16% dos clientes indicaram que a velocidade raramente é alcançada, e 4% afirmaram que ela nunca atinge a quantidade de megas contratada.

Esse resultado evidencia problemas na qualidade técnica do serviço, comprometendo a satisfação do cliente. A velocidade da internet é um dos principais fatores de avaliação dos serviços de telecomunicações, sendo essencial para o desempenho das atividades dos usuários. Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (2018), a qualidade do serviço deve garantir

o cumprimento dos padrões técnicos estabelecidos, incluindo a velocidade contratada. Assim, a melhoria da infraestrutura é fundamental para aumentar a satisfação dos clientes.

No Gráfico 7, os entrevistados foram questionados sobre a estabilidade da velocidade da internet ao longo do dia, e os resultados obtidos foram os seguintes:

Gráfico 7 - A velocidade da internet mantém-se estável ao longo do dia?



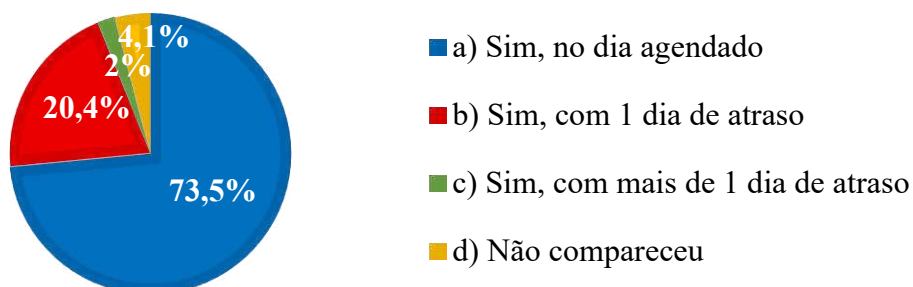
Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

Os resultados indicam que 24% dos entrevistados afirmaram que a velocidade da internet se mantém sempre estável ao longo do dia. Em contrapartida, 66% relataram que, na maior parte do tempo, há instabilidade na conexão, enquanto 10% indicaram que a estabilidade ocorre raramente. Ressalta-se que não houve registro da alternativa “nunca” por parte dos respondentes.

Esse resultado reforça a existência de falhas estruturais que impactam negativamente a experiência do usuário. A instabilidade da conexão prejudica atividades essenciais, como trabalho e estudos, aumentando o nível de insatisfação. De acordo com Napitupulu et al. (2018), a estabilidade é um dos principais determinantes da qualidade percebida em serviços tecnológicos.

A pergunta subsequente abordou se o técnico comparece dentro do prazo previamente informado. Conforme evidenciado no Gráfico 8, observa-se que:

Gráfico 8 - O técnico de campo compareceu na sua residência ou estabelecimento no prazo agendado?



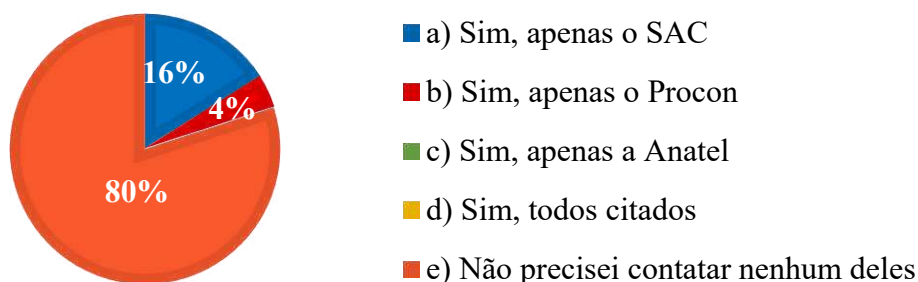
Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

Os dados indicam que 73,5% dos respondentes afirmaram que o técnico compareceu dentro do prazo estabelecido. No entanto, 20,4% relataram a ocorrência de atraso de até um dia na realização da visita técnica. Ademais, 2% indicaram atrasos superiores a um dia, enquanto 4,1% afirmaram que o técnico não compareceu à residência ou ao estabelecimento.

Esse resultado demonstra que, apesar de o desempenho ser considerado razoável, ainda há necessidade de melhorias no cumprimento dos prazos estabelecidos. A pontualidade é um fator essencial para a confiança do cliente, pois demonstra o compromisso da empresa com a qualidade do serviço prestado.

Os dados apresentados no Gráfico 9 tiveram como objetivo investigar se os clientes já recorreram a canais formais de atendimento e defesa do consumidor, tais como SAC, Procon ou Agência Nacional de Telecomunicações, para o registro de reclamações. Observou-se que:

Gráfico 9 - Você precisou entrar em contato com Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) ou Programa de Proteção e Defesa do Consumido (Procon) ou Anatel para registra alguma reclamação?



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

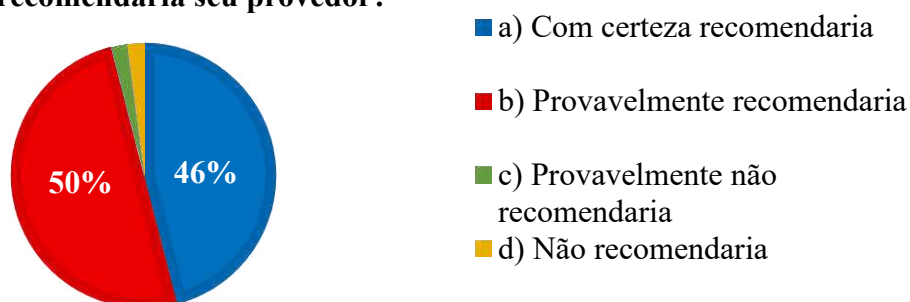
Os dados evidenciam que 80% dos respondentes não necessitaram recorrer a nenhum dos órgãos citados. Em contrapartida, observa-se que 16% dos participantes afirmaram ter utilizado o SAC para o registro de reclamações, enquanto 4% recorreram ao Procon. No que se refere à Agência Nacional de Telecomunicações, não houve registro de utilização por parte dos entrevistados. Ademais, nenhum participante indicou ter recorrido simultaneamente a todos os canais mencionados para a resolução de problemas.

Os resultados sugerem que, embora a maioria dos consumidores não recorra a canais formais de reclamação, isso não necessariamente indica ausência de problemas, mas possivelmente uma tendência à busca por soluções mais rápidas e diretas, como o SAC. A baixa utilização de órgãos como o Procon e a inexistência de registros na ANATEL podem refletir tanto a resolução prévia das demandas quanto limitações relacionadas ao conhecimento ou ao acesso a esses mecanismos.

Assim, evidencia-se a importância de ampliar a divulgação e a conscientização acerca dos direitos do consumidor e dos canais disponíveis para sua efetivação. Segundo Brasil (2022), os canais de reclamação desempenham papel fundamental na defesa do consumidor e na melhoria dos serviços. Dessa forma, as empresas devem monitorar essas informações para aprimorar seus processos.

Para finalizar, a última análise apresentada no Gráfico 10 aborda a questão sobre a recomendação do provedor pelos clientes. Observou-se que:

Gráfico 10 - Você recomendaria seu provedor?



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da pesquisa (2026).

Verificou-se que 46% dos entrevistados afirmaram que certamente recomendariam o provedor de internet, enquanto 50% indicaram que provavelmente o recomendariam. Por outro lado, 2% dos entrevistados declararam que provavelmente não recomendariam o serviço, assim como outros 2% afirmaram que certamente não o recomendariam.

Os resultados indicam um elevado nível de satisfação e confiança dos clientes em relação ao provedor de internet, uma vez que a grande maioria dos respondentes demonstra predisposição positiva à recomendação do serviço, seja de forma definitiva ou provável.

Por outro lado, o reduzido percentual de avaliações negativas sugere a existência de insatisfações pontuais que, embora minoritárias, merecem atenção por parte da empresa. Dessa forma, os dados evidenciam um cenário favorável à imagem do provedor, ao mesmo tempo em que reforçam a importância de identificar e corrigir possíveis falhas, a fim de aprimorar ainda mais a experiência do cliente. Esses achados confirmam que a satisfação do cliente depende da integração entre qualidade técnica e qualidade no atendimento (LOVELOCK; WIRTZ, 2020).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar a qualidade do atendimento ao cliente no setor de telecomunicações, com foco nos provedores de internet do município de Pedreiras –

MA, buscando compreender sua influência na satisfação dos consumidores. A partir da análise dos dados coletados, foi possível atingir os objetivos propostos e responder ao problema de pesquisa apresentado na introdução.

Os resultados demonstraram que os clientes reconhecem aspectos positivos nos serviços prestados, especialmente relacionados à cordialidade dos atendentes e à facilidade de acesso aos canais digitais de comunicação, com destaque para o uso do WhatsApp. Esses fatores contribuem para uma experiência mais prática e acessível, fortalecendo o relacionamento entre empresa e consumidor.

Entretanto, a pesquisa também evidenciou fragilidades importantes, principalmente quanto ao tempo de espera para atendimento, à clareza das informações fornecidas no momento da contratação e à qualidade técnica dos serviços, como estabilidade da conexão e velocidade da internet entregue. Tais fatores demonstram que a satisfação do cliente depende não apenas de um bom relacionamento interpessoal, mas também da eficiência técnica dos serviços ofertados.

Dessa forma, conclui-se que a qualidade do atendimento representa um elemento estratégico para os provedores de internet, influenciando diretamente a satisfação, fidelização e confiança dos clientes. Assim, torna-se necessário que as empresas invistam continuamente em melhorias na infraestrutura tecnológica, capacitação das equipes de atendimento e aperfeiçoamento dos processos de comunicação com os consumidores.

Quanto às limitações da pesquisa, destaca-se o número reduzido de participantes e o recorte geográfico restrito ao município de Pedreiras – MA, o que limita a generalização dos resultados. Por fim, sugere-se que pesquisas futuras ampliem a amostra e incluam análises comparativas entre diferentes municípios e provedores, contribuindo para aprofundar os estudos sobre qualidade no setor de telecomunicações.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL). **Regulamento de Qualidade dos Serviços de Telecomunicações (RQUAL)**. Brasília, 2018.

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL). **Relatório de Reclamações dos Consumidores 2023**. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel>. Acesso em: 8 abr. 2026.

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL). **Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida**. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/anatel>. Acesso em: 8 abr. 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELECOMUNICAÇÕES (TELEBRASIL). **Relatório de Desempenho Setorial 2023**. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.telebrasil.org.br>. Acesso em: 8 abr. 2026.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON). **Relatório de atendimento ao consumidor**. Brasília, 2022.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). **Relatórios de Mercado de Telecomunicações 2024**. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://portal.fgv.br>. Acesso em: 9 abr. 2026.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2024**. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 8 out. 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade**. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia**. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

NAPITUPULU, Darmawan et al. **Analysis of customer satisfaction toward service quality**. Journal of Physics: Conference Series, v. 954, 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2020.

RABELO, Levi Antonio Faneco; INOMATA, Danielly Oliveira. **Avaliação da qualidade do serviço de referência: um estudo sob a ótica dos usuários**. Revista Conhecimento em Ação, v. 10, e67996, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.47681/rca.v10i.67996>. Acesso em: 16 abr. 2026.

SANTOS, Alessandra Maria Filippin dos Passos; SILVA, Samara Souto. **Marketing de relacionamento e satisfação dos clientes: estudo de caso em uma empresa no ramo gráfico em Juara-MT**. Revista Brasileira de Educação, Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 4, n. 2, p. 120, 2025.

SOUZA, J.; LIMA, A. **Marketing de relacionamento e satisfação dos clientes**. Revista Científica de Administração, v. 8, n. 4, p. 1–15, 2023.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO UTILIZADO PARA REALIZAÇÃO DA PESQUISA

Pesquisa de Satisfação do Atendimento – Provedor de Internet

Eu, Jheymison Magnus Silva Passos, acadêmico do curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial pela Universidade Estadual do Maranhão - UEMA, solicito sua colaboração para responder esse questionário, que tem por objetivo auxiliar-nos na realização da pesquisa que aborda o tema: Análise da Qualidade do Atendimento ao Cliente no Setor de Telecomunicações: Um Estudo com Provedores de Internet no Município de Pedreiras – MA.

Introdução

As considerações a seguir refletem a percepção dos clientes acerca da qualidade do atendimento no setor de provedores de internet no município de Pedreiras – Maranhão, ressaltando a relevância da qualificação profissional para a melhoria contínua dos serviços prestados.

Concordo (Nome completo): _____

1º) Os canais de atendimento disponível pela empresa são de fácil acesso?

- ☐ a) Sempre
- ☐ b) Frequentemente
- ☐ c) Raramente
- ☐ d) Nunca

2º) Qual o canal de atendimento você mais utiliza?

- ☐ a) Telefone
- ☐ b) WhatsApp
- ☐ c) Atendimento presencial
- ☐ d) Aplicativo ou site da empresa

3º) Os atendentes demonstraram cordialidade durante o atendimento?

- ☐ a) Sempre
- ☐ b) Frequentemente
- ☐ c) Raramente
- ☐ d) Nunca

4º) Como você avalia o tempo de espera para atendimento?

- ☐ a) Muito curto
- ☐ b) Aceitável
- ☐ c) Longo
- ☐ d) Muito longo

5º) Antes de contratar os serviços, o atendente explicou as cláusulas inseridas no contrato como: preços, planos e cobranças?

- ☐ a) Sim, explicou claramente
- ☐ b) Explicou parcialmente
- ☐ c) Não explicou adequadamente
- ☐ d) Não explicou

6º) A velocidade de internet contratada (em megas) está sendo entregue conforme o plano contratado?

- ☐ a) Sempre atinge ou supera o contratado
- ☐ b) Quase sempre atinge
- ☐ c) Raramente atinge
- ☐ d) Nunca atinge

7º) A velocidade da internet mantém-se estável ao longo do dia?

- ☐ a) Sempre
- ☐ b) Na maior parte do tempo
- ☐ c) Raramente
- ☐ d) Nunca

8 - O técnico de campo compareceu na sua residência no prazo agendado?

- ☐ a) Sim, no dia agendado
- ☐ b) Sim, com 1 dia de atraso
- ☐ c) Sim, com mais de 1 dia de atraso
- ☐ d) Não compareceu

9- Você precisou entrar em contato com Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) ou Programa de Proteção e Defesa do Consumido (Procon) ou Anatel para registra alguma reclamação?

- ☐ a) Sim, apenas o SAC
- ☐ b) Sim, apenas o Procon
- ☐ c) Sim, apenas a Anatel
- ☐ d) Sim, todos citados
- ☐ e) Não precisei contatar nenhum deles

10 - Você recomendaria seu provedor?

- ☐ a) Com certeza recomendaria
- ☐ b) Provavelmente recomendaria
- ☐ c) Provavelmente não recomendaria
- ☐ d) Não recomendaria