



O SISTEMA DE AUTORREGULAÇÃO DAS TELECOMUNICAÇÕES – SART E OS EFETIVOS RESULTADOS DAS MEDIDAS DE AUTORREGULAÇÃO

DAPHNE NUNES

03.outubro.2022

conexis
brasil.digital

SART

SISTEMA DE AUTORREGULAÇÃO DAS TELECOMUNICAÇÕES

O **Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART)** é um conjunto de princípios, regras, estruturas organizacionais, instrumentos, mecanismos de deliberação e procedimentos de autodisciplina que visam permitir uma regulação efetiva e eficiente do setor de telecomunicações

O SART foi criado em 2020 e é um órgão da **Conexis Brasil Digital**;

Princípios gerais do SART:

- Atuação segundo os ditames da ética e honestidade
- Obediência à legislação vigente e às normas do SART
- Promoção e proteção à livre iniciativa
- Respeito e promoção de livre concorrência no setor de telecomunicações
- Respeito e valorização dos direitos dos consumidores
- Comunicação correta, eficiente e transparente perante os consumidores e autoridades
- Melhoria contínua dos padrões de atendimento

Signatárias



POR QUE FOI CRIADA A AUTORREGULAÇÃO NO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES?

A autorregulação foi expressamente prevista no Decreto de Políticas Públicas de Telecomunicações¹ como política a ser incentivada pela Anatel:

“Art. 8º Observadas as competências estabelecidas na Lei nº 9.472, de 1997, a Anatel, implementará e executará a regulação do setor de telecomunicações, orientada pelas políticas estabelecidas pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações e pelas seguintes diretrizes: (...)

VI - incentivo à autorregulação e mecanismos correlatos;”

Decreto nº 9.612, de 17 de dezembro de 2018

Além disso.....

- O setor de telecomunicações é **altamente regulado**
- Em média, um novo regulamento na Anatel, ou mesmo a revisão de algum regulamento já existente, leva **2 anos** para ser concluído
- O processo de construção de um novo regulamento é **custoso, lento** e muitas vezes **não contempla os impactos financeiros e operacionais** das regras regulatórias sobre as empresas
- Um **normativo de autorregulação** leva, em média, apenas **4 meses** para ser aprovado



A AUTORREGULAÇÃO APLICADA – OS NORMATIVOS DO SART



- O SART conta atualmente com **5 normativos**:
- **Código de Autorregulação das Telecomunicações**: é o “código guarda-chuva”, que estrutura o Sistema de Autorregulação das Telecomunicações no Brasil.
- **Normativo de Telemarketing**: estabelece um código de conduta para ações de telemarketing ativo desenvolvidas pelas Prestadoras Signatárias do SART e por seus agentes credenciados.
- **Normativo de Atendimento**: disciplina o tratamento das demandas de Atendimento relacionadas a serviços e produtos comercializados pelas Prestadoras Signatárias do SART e por seus agentes credenciados.
- **Normativo de Ofertas**: disciplina como serão tratadas as Ofertas que envolvam serviços e produtos comercializados pelas Prestadoras Signatárias do SART e por seus agentes credenciados.
- **Normativo de Cobrança**: disciplina como será feita a Cobrança dos serviços e produtos comercializados pelas Prestadoras Signatárias do SART e por seus agentes credenciados.

ESTRUTURA DO SART



Conselho
Signatárias

- Todas Prestadoras interessadas
- Aprova Novas Signatárias
- Aprova Agenda Normativa
- Aprova Indicações para o Conselho de Autorregulação



Diretoria de
Autorregulação



Suporte

Conselho
Autorregulação

- Representantes das Prestadoras Signatárias (7), outras Prestadoras (3) e Independentes (5)
- Aprova Normativos
- Delibera sobre Processos Disciplinares



SENACON
Ministério da Justiça

Sindec

PROCONS
BRASIL



Comitês
Setoriais

Grupos de Trabalho

- Elaboram Propostas de Normativos

CONSELHEIROS INDEPENDENTES DO SART

- **Ricardo Morishita** – Ex-Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) – Professor IDP – Consultor da FEBRABAN na implantação do Sistema de Autorregulação Bancária
- **José Leite Pereira** – Consultor - Ex-Conselheiro do Conselho Diretor da Anatel
- **Suzana Vidal de Toledo Barros** – Advogada – Diretora do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor – BRASILCON – Ex-membro do Ministério Público do DF e Territórios.
- **Vitor Morais de Andrade** – Advogado - Ex-Presidente da Associação Brasileira das Relações Empresa-Cliente – Abrarec
- **Beto Vasconcelos** – Advogado - Ex-subchefe para Assuntos Jurídicos e Secretário Executivo na Presidência da República. Ex-Secretário Nacional de Justiça. Ex-integrante do Conselho Nacional de Biossegurança (CNB), da Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos (CMED), da Câmara de Comércio Exterior (CAMEX) e do Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual (GIPI). Membro do Conselho da Human Right Watch e da Transparência Internacional no Brasil. Consultor da Albright Stonebridge Group no Brasil. Curador da coluna Regulação da plataforma de notícias e informação JOTA Info.



O NORMATIVO DE TELEMARKETING DO SART

Do que o Normativo cuida?

- Sintetiza em um único documento as iniciativas, em constante evolução e passíveis de ajustes, se necessário, que as Prestadoras Signatárias do SART vêm empreendendo, para uma atuação ética e proativa no trato com seus consumidores, no que se refere às melhores práticas de telemarketing:

Principais compromissos:

- Ligar para os consumidores apenas em horários adequados;
- Não Ligar de forma insistente para os consumidores;
- Respeitar o desejo dos consumidores de não receber ligações;
- Receber e tratar reclamações sobre ligações indesejadas;
- Garantir a aderência à Lei Geral de Proteção de Dados;
- Cooperar na melhoria das práticas de telemarketing em outros setores

As iniciativas de autorregulação para bloqueio do telemarketing indesejado em telecomunicações começaram ainda antes do SART existir, em 25.03.2019, com uma carta-compromisso das principais prestadoras de Telecomunicações do País à Anatel, para tratar o tema.

TMKS – INDICADORES DE ACOMPANHAMENTO DO TELEMARKETING

	Indicador	Definição	Meta
TMK0	Indicador de notificações	quociente entre o número de notificações válidas para cada Prestadora registrado mensalmente na Não Me Perturbe e o total acumulado de pedidos de bloqueio na Lista Não Me Perturbe endereçado para aquela Prestadora no último dia do mês da aferição	Abaixo de 0,1%
TMK1	Ligações fora do horário	quociente entre o total de Ligações realizadas fora do horário permitido e o total de Ligações realizadas	Abaixo de 2%
TMK2	Ligações acima do limite diário	quociente entre o total de Ligações superiores ao limite de 2 Ligações por dia e o total de Ligações realizadas	Abaixo de 2%.
TMK3	Ligações acima do limite mensal	quociente entre o total de Ligações superiores ao limite de 15 Ligações mensais e o total de Ligações realizadas	Abaixo de 2%
TMK4	Ligações a usuários que solicitaram bloqueio	quociente entre o total de Ligações para acessos que estão na lista Não Perturbe setorial e o total de Ligações realizadas	Abaixo de 2%

Esses indicadores de desempenho estão publicamente disponíveis para consulta na Plataforma Não Me Perturbe – naomeperturbe.com.br

NORMATIVO DE TELEMARKETING – A PLATAFORMA NÃO ME PERTURBE

- **Julho/2019:** Criação da Plataforma Não me Perturbe
- Mecanismo de **bloqueio das chamadas de telemarketing** (meio telefônico)
- **Pioneirismo do setor de telecomunicações**
- Adesão do **setor bancário** (operações de Empréstimo Consignado e Cartão de Crédito Consignado) em **jan.2020**



The image shows a screenshot of the 'Não Me Perturbe' website. On the left, a woman is smiling while looking at her smartphone. The website header includes the logo 'NãoMePerturbe' and navigation links: 'O Sistema', 'Participantes', 'Dúvidas', 'Reclamação', 'Legal', 'Cadastrar', and 'Login'. The main content area features a large heading: 'Pare de receber ligações de telemarketing das Empresas participantes.' Below this, a paragraph explains that the platform allows users to avoid telemarketing calls from participating companies through various channels like mobile phone, landline, TV, and internet. A 'Quero me cadastrar' button is visible at the bottom of this section. On the right side, there are three informational pop-up boxes with warning icons and close buttons (X). The first pop-up explains how to request a block for telemarketing calls. The second pop-up states that the platform does not have smartphone apps and does not send emails with attachments. The third pop-up mentions that the terms of use were updated on 09/06/2021 and provides a link to access them.

ACOMPANHAMENTO DA NÃO ME PERTURBE – SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES



Não me Perturbe (Prestadoras)

Bloqueios ativos em: 01/10/2022 23:59:59

NãoMePerturbe

Informação Realizada

5.102.381

Bloqueios ativos no PROCON

10.455.228

Terminais únicos Bloqueados no Procon e Não Me Perturbe

5.352.836

Terminais apenas no NMP

4.717.556

Terminais apenas no PROCON

384.836

Terminais no PROCON e NMP

Ano	Acre	Alagoas	Amapá	Amazonas	Bahia	Ceará	Distrito Federal	Espírito Santo	Goiás	Maranhão	Mato Grosso	Mato Grosso do Sul	Minas Gerais	Pará	Paraíba	Paraná
2019	60	2304	53	225	830	15250	26818	58278	43691	1418	605	25768	227335	425	6555	379881
2020	39	171	15	92	407	1644	13416	5055	382	117	183	7723	42546	178	1118	77308
2021	32	229	3	60	237	2543	33132	167	2190	128	140	16611	54327	1747	3230	90286
2022	151	2913	87	415	1920	22057	95642	63674	53875	1789	1100	63915	287311	6876	14438	599746
janeiro	0	26	0	1	14	147	1719	1	494	11	5	1584	1022	6	191	4007
fevereiro	0	11	4	-6	-1	106	1476	8	527	0	6	981	-34102	223	264	4676
março	0	20	0	4	20	434	1339	13	627	16	10	1711	2991	254	197	3624
abril	0	6	1	2	18	168	1021	6	465	7	16	613	2619	9	191	2779
maio	5	-2	2	11	116	153	1745	34	500	9	14	519	2817	1127	148	3807
junho	1	18	1	2	24	188	1255	11	484	8	13	555	2937	308	137	3346
julho	3	17	1	3	17	51	1310	19	276	10	7	478	1408	114	417	2194
agosto	142	2812	78	397	1689	823	85299	63568	50088	1725	1025	57270	306499	4695	12792	574227
setembro	0	5	0	1	23	19987	478	14	414	3	4	204	1120	140	101	1086
outubro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	282	5617	158	792	3394	41494	169008	127174	100138	3452	2028	114017	611519	9226	25341	1147221

TELEMARKETING E SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES NÃO SE CONFUNDEM

Telemarketing:

- O telemarketing é uma **forma de venda remota que utiliza o telefone** para promover produtos e serviços



Serviço de telecomunicações:

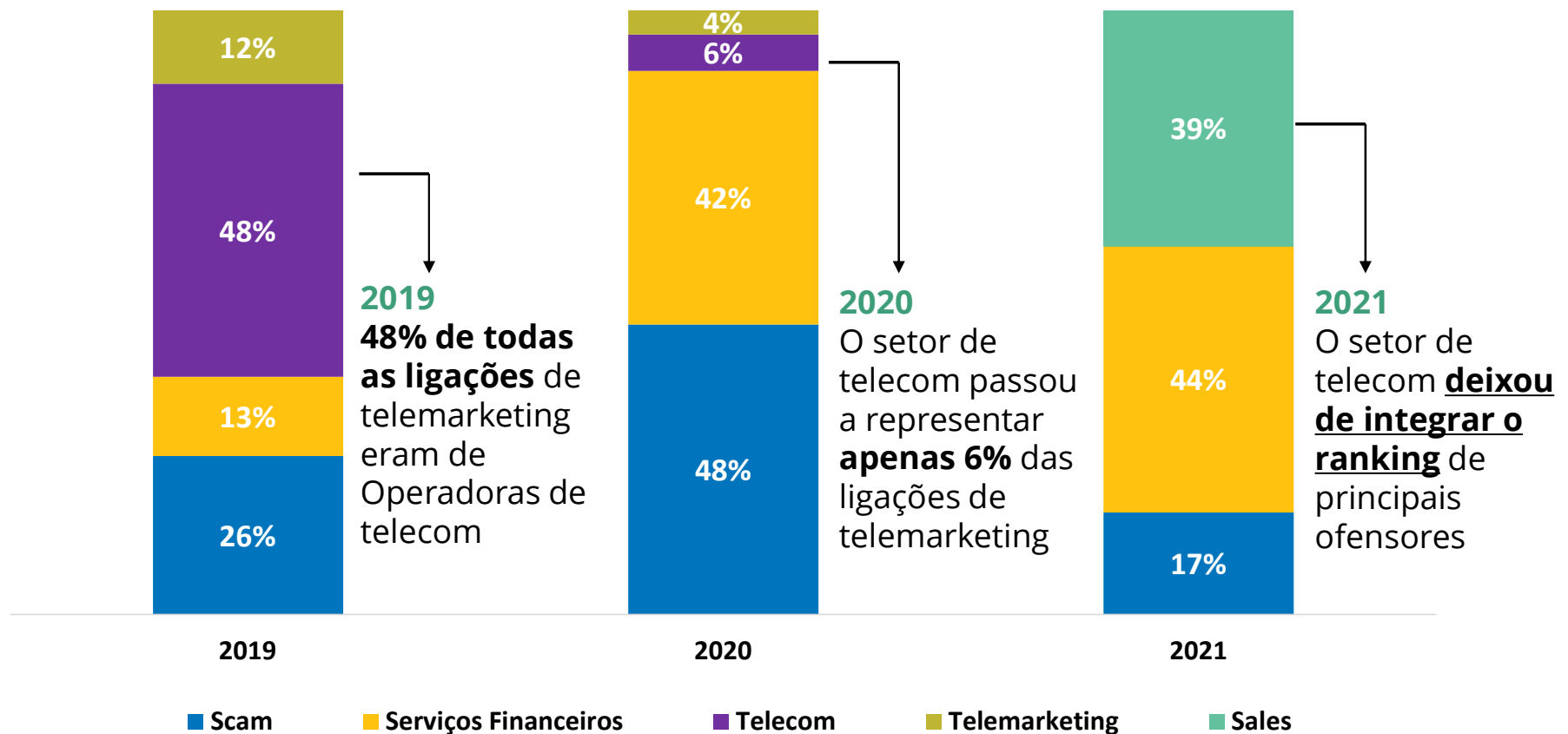
- É um conjunto de atividades que **permitem, através da tecnologia, a oferta de comunicação à distância.**
- Entre os **serviços** de Telecom **disponíveis** no mercado, estão a **internet banda larga**, as **telefonias fixa e móvel** e os serviços de **tv por assinatura.**



- Os **serviços de telecomunicações**, portanto, são **apenas o meio** pelo qual o serviço de telemarketing é prestado.
- Quase **80%** das reclamações registradas na Anatel contra prestadoras de serviços de telecomunicações são de consumidores que **não estão registrados na Não Me Perturbe, nem nas listagens de bloqueio de telemarketing dos Procons.** Muitos sequer receberam chamadas originadas por prestadoras de serviços de telecomunicações, mas sim por fornecedores diversos de serviços de telemarketing, dos mais variados setores da economia.

TELEMARKETING: RÁPIDOS RESULTADOS

Telecom não aparece mais no *ranking* da Truecaller® de principais *spammers*



truecaller

A Truecaller® é uma empresa sueca fundada em 2009 sem nenhum vínculo com SART, Não me Perturbe, Prestadoras de Telecomunicações, Conexis e ABR Telecom.

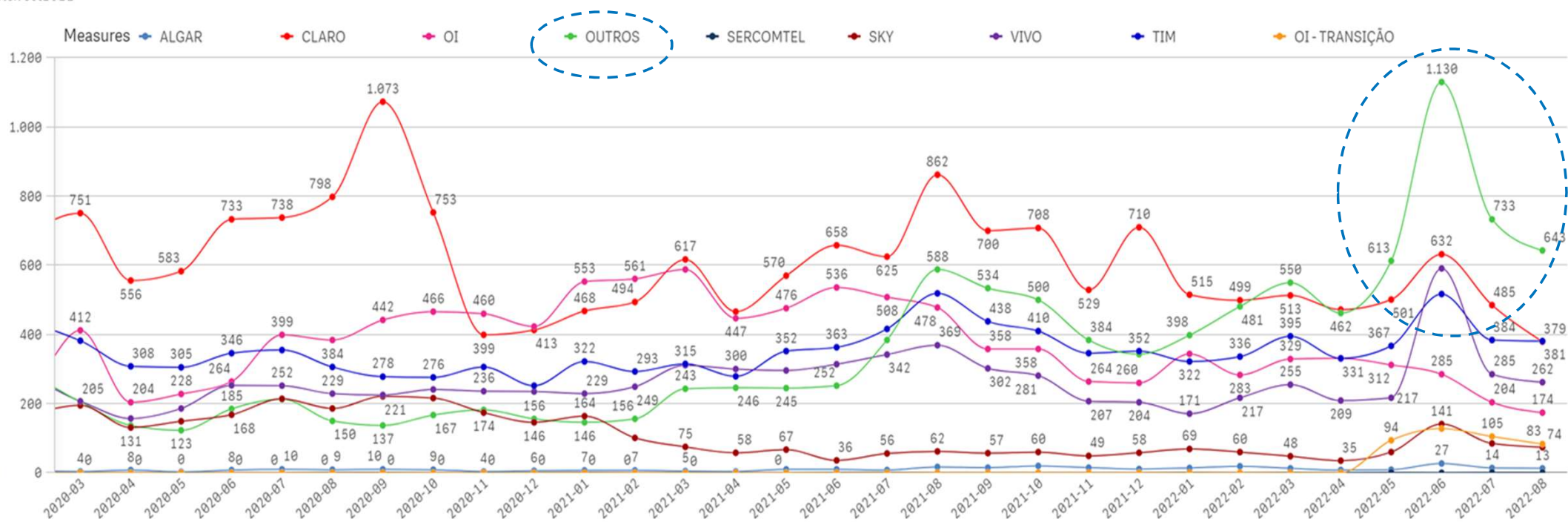
TELEMARKETING: RÁPIDOS RESULTADOS

QUEM ADERIU À AUTORREGULAÇÃO DEIXOU FIGURAR DENTRE OS MAIS RECLAMADOS NA ANATEL

As Prestadoras que **não estão no SART nem na NMP** figuram atualmente como as **principais reclamadas** no tema **telemarketing** na Anatel:

Reclamações Telemarketing Visão Mensal por Marca

Ref: set2022



Fonte: Fiscalização Regulatória ANATEL/SRC – 15/09/2022



O QUE FOI FEITO PARA CHEGARMOS NESSES RESULTADOS?

- Dos 24 Procons que possuem listagens de bloqueio de telemarketing no Brasil, **17 já estão incorporados na Não Me Perturbe**;
- O Setor **apoia** desde a publicação do Normativo de Telemarketing, em 2019, a adoção de **numeração exclusiva para o telemarketing (CGN 0303)**, que a Anatel regulou por meio do Ato 10.413/21 o despacho 160/2022, de **combate aos robocalls**;
- Vem participando dos grupos de trabalho com a **Anatel** para **combate ao spoofing**
- Só permite o uso de **mailings** para a realização de telemarketing por seus agentes autorizados **que sejam previamente validados pela própria prestadora**;
- **Não remunera vendas** que porventura sejam **realizadas** via telemarketing pelos agentes autorizados para **consumidores cadastrados na Não Me Perturbe**;
- **Aditou os contratos** de todos os seus agentes autorizados para **incluir penalidades** severas pelo **descumprimento** das regras do Normativo de Telemarketing do SART;
- Instaurou **procedimentos disciplinares** e vem monitorando **planos de ação** das prestadoras signatárias que apresentaram **descumprimento dos indicadores de telemarketing** previstos no normativo (e publicados no site da Não Me Perturbe), bem como as **reclamações** sobre o tema **na Anatel**
- Realizou **campanha de divulgação da Não Me Perturbe**, pela Conexis e pelas prestadoras, no segundo semestre de 2021, verificando **aumento de 38% na quantidade de usuários cadastrados** na plataforma



PLANOS DE AÇÃO E PROCEDIMENTOS DISCIPLINARES DO SART

EXEMPLOS DE MEDIDAS ADOTADAS VIA PLANOS DE AÇÃO - TLMKT

- **Medidas Anti-Fraude:**
 - Investigação sobre todas as reclamações ou denúncias que são recebidas;
 - Mapeamento das práticas, recomendações de ajustes em todo o processo.
- **TI /Segurança Informação :**
 - Monitoramento dos ambientes e acessos;
 - Mapeamento constante de oportunidades de melhoria nas ferramentas utilizadas e soluções de segurança;
 - Em caso de suspeita, suspensão imediata da atividade de vendas.
- **Governança e Compliance:**
 - Revisão dos critérios para credenciamento de novos parceiros;
 - Divulgação aos terceiros dos canais de denúncia.
- **Comercial:**
 - Revisão de processos: Credenciamento/descredenciamento de novos parceiros, liberação de acessos, esteira de vendas, pós-vendas.
- **Jurídico:**
 - Comunicados para os parceiros da rede reforçando as regras, procedimentos e termos contratuais;
 - Notificações aos parceiros quando identificada práticas em desacordo com as regras;
 - Ação civil/criminal contra empresas que não possuem vinculo com as associadas mas realizam contatos no nome delas.
 - Descredenciamento de parceiros e aplicação de multas contratuais



NORMATIVO DE OFERTAS

EXEMPLOS DO QUE FOI FEITO ALÉM DA REGULAMENTAÇÃO

- Esforço de **simplificação** das ofertas, tornando-as de compreensão mais fácil;
- **Curadoria** permanente nos **websites** das prestadoras com foco no incremento da **transparência das Ofertas**;
- **Treinamento** intensificado das **equipes de vendas**, para melhorar a **assertividade** da apresentação dos diferenciais e limitações das ofertas e na divulgação de suas políticas de consumo de dados
- Crescente **digitalização dos canais de atendimento**, com investimentos em meios que permitam **ao consumidor** visualizar o consumo de seus serviços, ajustar suas franquias de forma automática, bem como visualizar, por vezes graficamente, como seus produtos estão sendo utilizados,
- Aprimoramento dos **processos de confirmações de vendas** abrangendo as informações mais importantes sobre o produto, plano e preços, dentre outros.
- Compromisso assumido de **não alteração das ofertas durante seu prazo de vigência**, bem como de **comunicação prévia em caso de encerramento ou modificação da oferta** após o decurso do prazo de vigência/encerramento de ofertas com prazo indeterminado
- Em desenvolvimento pelas prestadoras, e já entregues parcialmente, há **mecanismos de downgrade de ofertas**, inclusive por meios digitais, que também aumentarão a satisfação dos consumidores.



NORMATIVO DE ATENDIMENTO

EXEMPLOS DO QUE FOI FEITO ALÉM DA REGULAMENTAÇÃO

- Priorização da solução do problema do consumidor **durante seu atendimento**, e, quando não possível, informando quando o consumidor terá sua demanda tratada. Aprimoramentos na **qualidade das respostas apresentadas, revisão de scripts** de atendimento e **maior assertividade das respostas** apresentadas.
- Adoção de **canais omnichannel**, que permitem o uso simultâneo e interligado de diferentes canais de comunicação, com o objetivo de estreitar a relação com cliente em ambientes tanto *online* quanto *offline*.
- Solução de problemas mais simples em **sistema de self-care**, em temas de fácil resolução e a automação e facilitação do atendimento humano em temas de maior complexidade.
- Criação de **submenus eletrônicos nas URAs**, conferindo agilidade no saneamento das dúvidas mais recorrentes dos consumidores. Há casos em que até 70% das demandas dos consumidores podem ser encontradas diretamente nas URAs, sem a necessidade de o consumidor ter que aguardar para ser atendido presencialmente
- Adoção de **controles de OKR** (Objectives and Key Results), e estabelecimento do **NPS (Net Promoter Score) como um indicador corporativo para os colaboradores**, motivando e engajando todos à busca da solução dos problemas dos consumidores.
- Iniciativas internas de **engajamento**, como permitir a qualquer colaborador, mesmo que não envolvido diretamente no atendimento ao consumidor, seja capaz de direcionar demandas dos consumidores por meio de canais internos próprios

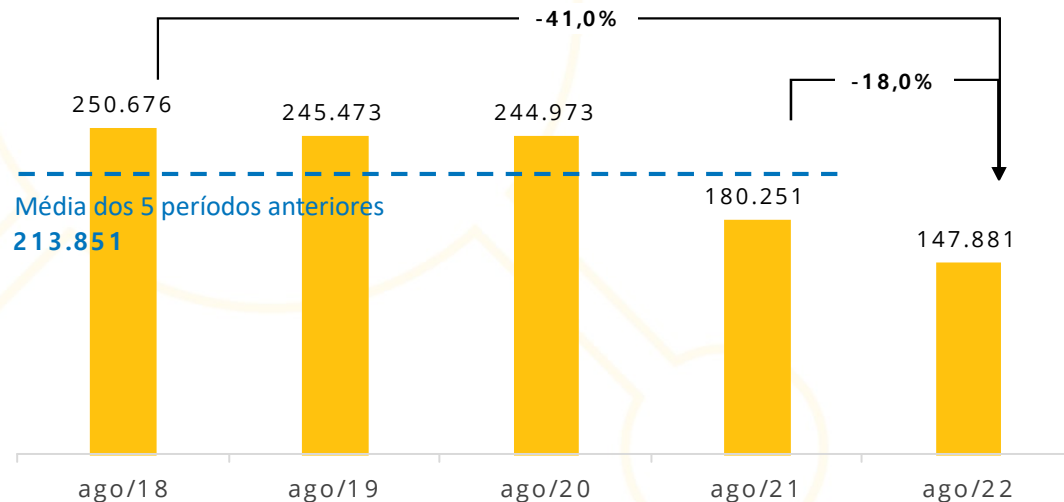


NORMATIVO DE COBRANÇA

EXEMPLOS DO QUE FOI FEITO ALÉM DA REGULAMENTAÇÃO

- Compromisso de **melhorar, simplificar e deixar mais transparentes as ofertas** disponibilizadas, o que, por si só, **reduz as dúvidas relacionadas ao que é cobrado** do consumidor.
- Intensificados os **processos de tratamento e negociação de dívidas**.
- **Automação de processos relacionados a faturamento**, como por exemplo a emissão de segunda via de contas, envio de comprovante de pagamento, todos com ganhos de eficiência e agilidade.
- A **digitalização e informação sobre as políticas de consumo de serviços** aos consumidores, trazendo a facilitação do conhecimento sobre o que é cobrado do consumidor.

RECLAMAÇÕES EM AGOSTO/2022 NA ANATEL



**COMPARADO COM AGO/21,
"COBRANÇA" FOI O ASSUNTO
QUE APRESENTOU MAIOR
QUEDA NAS RECLAMAÇÕES
NA ANATEL, COM REDUÇÃO
DE 25%**



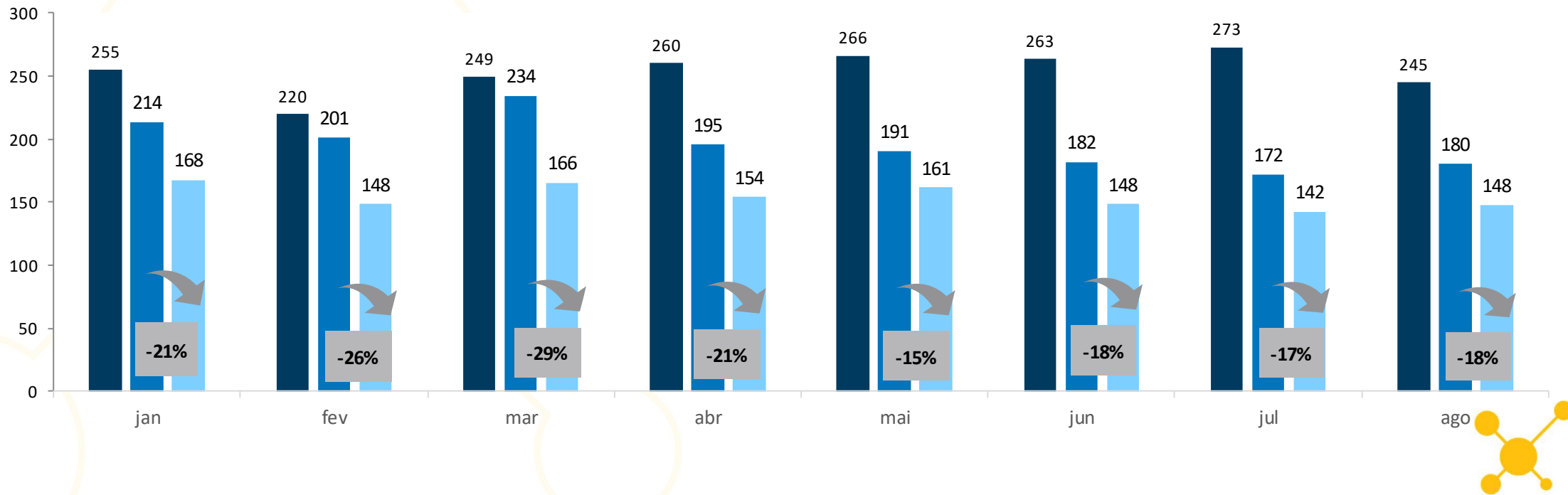
RECLAMAÇÕES EM 2022 NA ANATEL

O Setor vem registrando **quedas mensais sucessivas na quantidade de reclamações em 2022** comparadas com o mesmo período do ano anterior:

Reclamações

Solicitações registradas no Sistema de Suporte ao Atendimento aos Usuários (em mil)

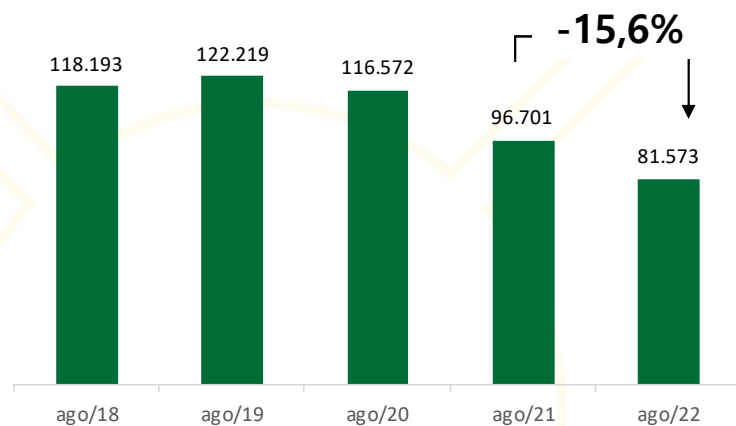
■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



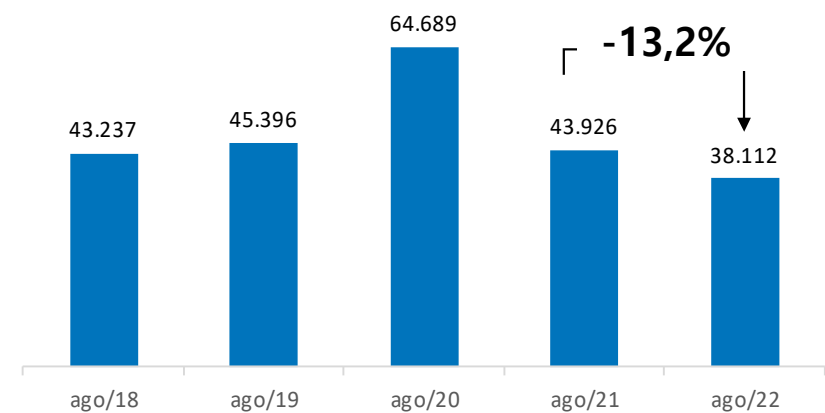
CENÁRIO RECLAMAÇÕES DE CONSUMIDORES – POR SERVIÇO

A queda é consistente em todos os serviços prestados, mas especialmente naqueles que tradicionalmente apresentavam maior contingente de reclamações

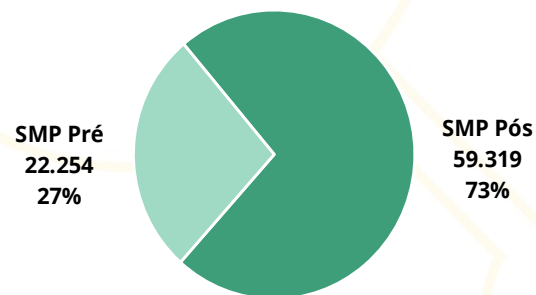
TELEFONIA MÓVEL



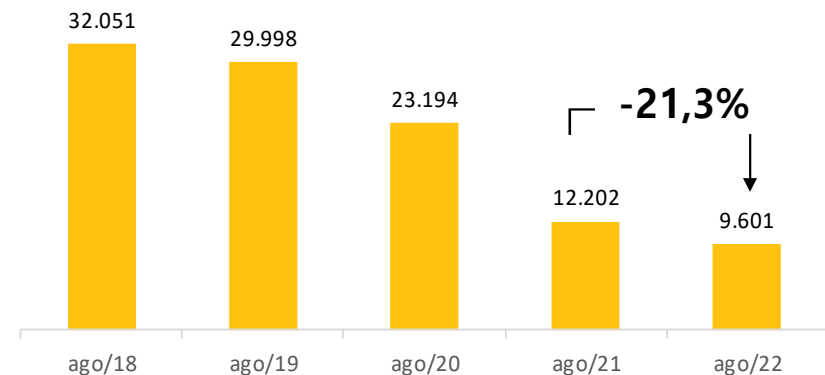
BANDA LARGA FIXA



TELEFONIA MÓVEL POR MODALIDADE DE PAGAMENTO



TV POR ASSINATURA

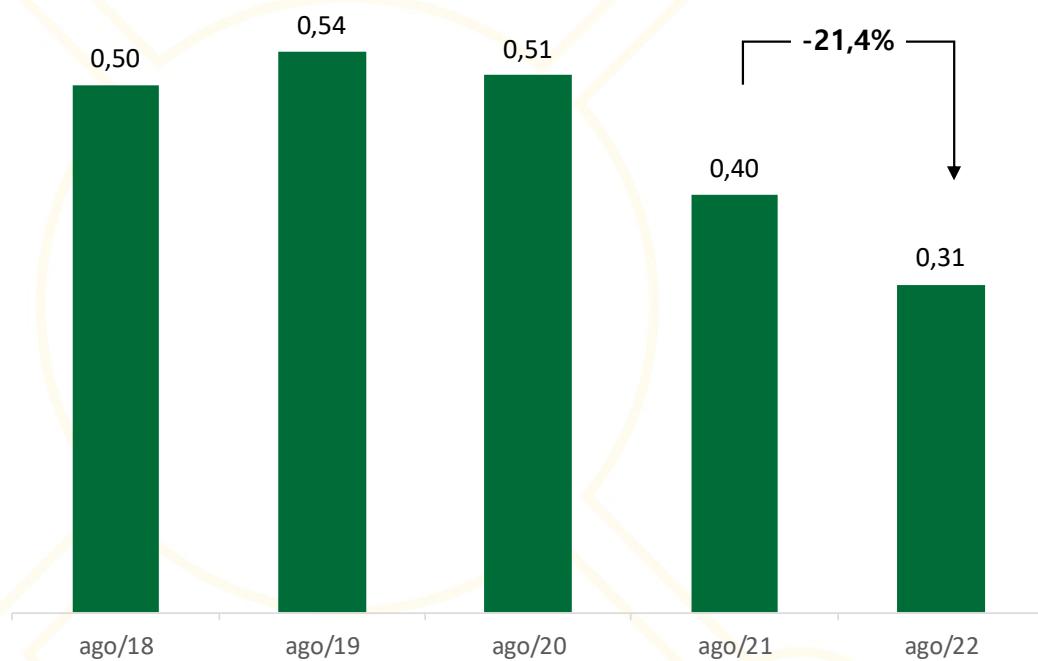


Fonte: ANATEL – DADOS AGO/22

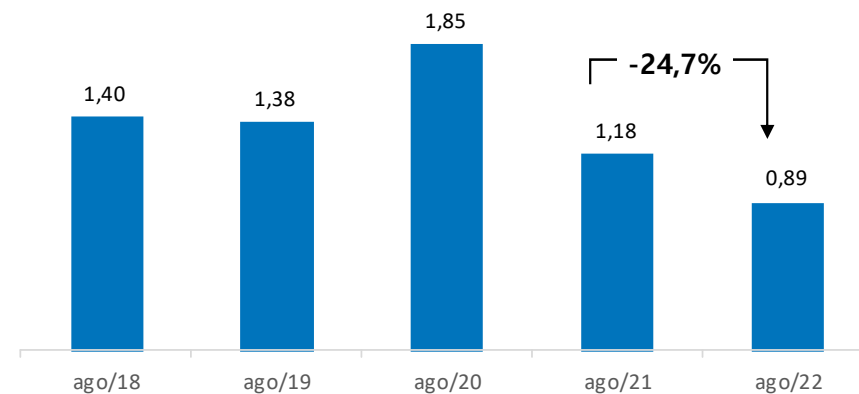


CENÁRIO RECLAMAÇÕES DE CONSUMIDORES A CADA MIL ACESSOS E POR SERVIÇO

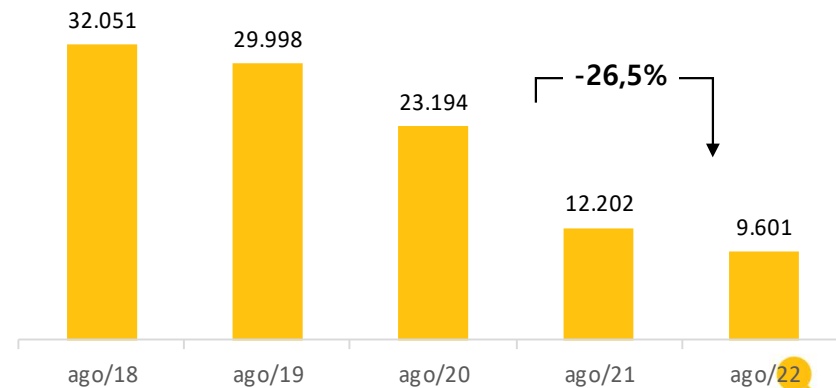
TELEFONIA MÓVEL



BANDA LARGA FIXA



TV POR ASSINATURA



Fonte: ANATEL – DADOS AGO/22

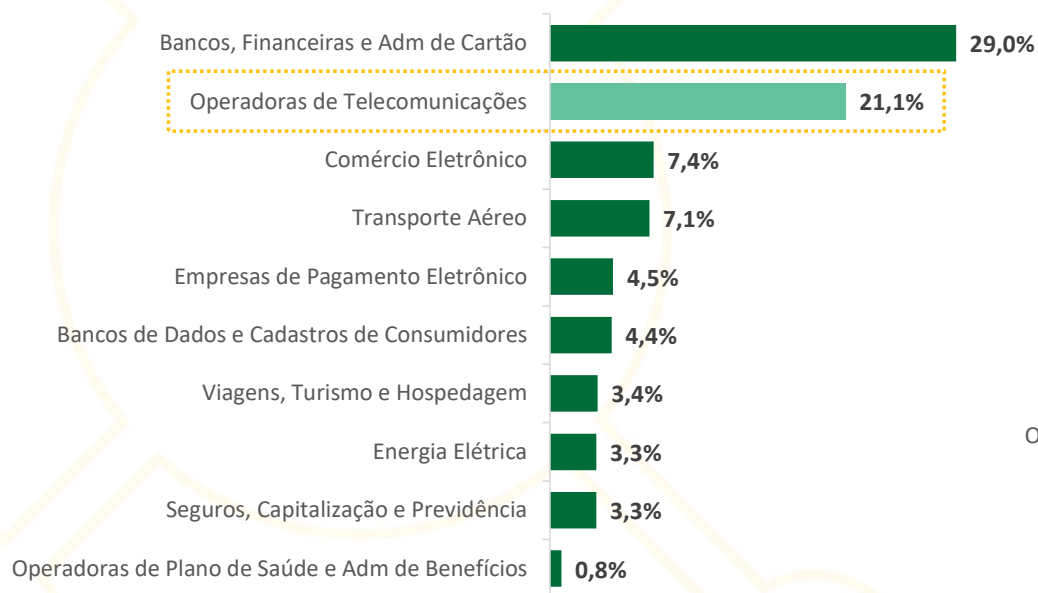


CENÁRIO RECLAMAÇÕES DE CONSUMIDORES – CONSUMIDOR.GOV.BR

Telecom, **que chegou a representar mais de 50%** de todas as reclamações apresentadas no Consumidor.gov.br, **há 2 anos deixou de ser o setor mais reclamado naquela Plataforma**



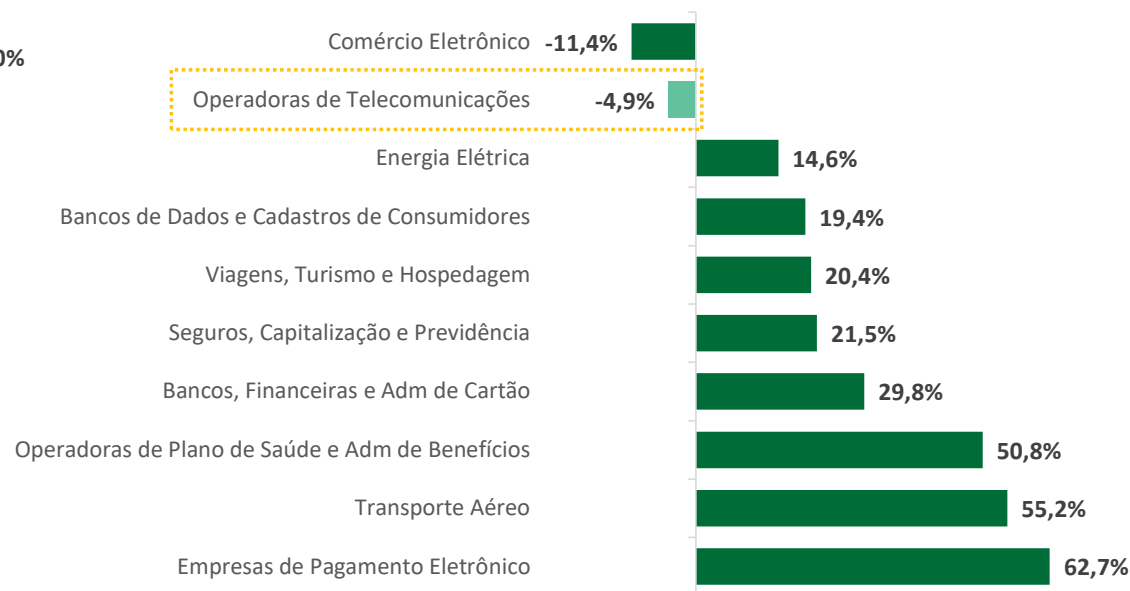
Reclamações 2021



Telecom foi um dos poucos segmentos que apresentou **queda** na variação da quantidade de reclamações na Plataforma consumidor.gov.br



Comparativo 2021 vs 2020



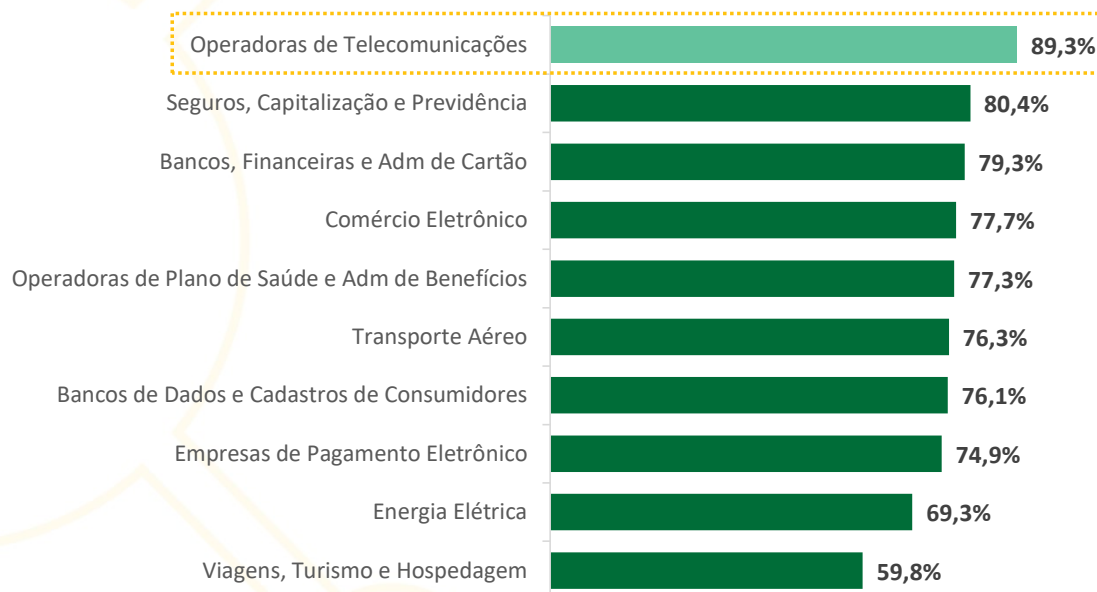
Fonte: Consumidor em números 2021, Secretaria Nacional do Consumidor.



CENÁRIO RECLAMAÇÕES DE CONSUMIDORES – RESOLUTIVIDADE

Em 2021, o setor de telecomunicações mais uma vez registrou o **maior índice de resolatividade** na Plataforma consumidor.gov.br, com uma **média de 89,3%**, frente à média geral dos demais fornecedores, que é de 78,4%:

Índice de Solução



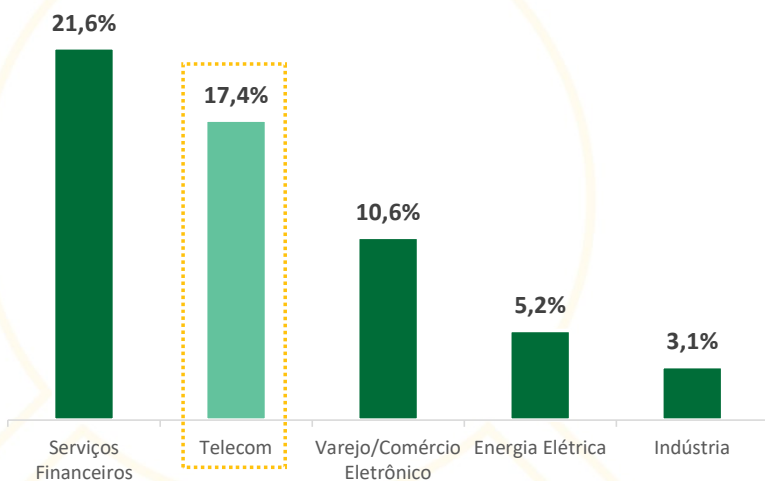
Fonte: Consumidor em números 2021, Secretaria Nacional do Consumidor.



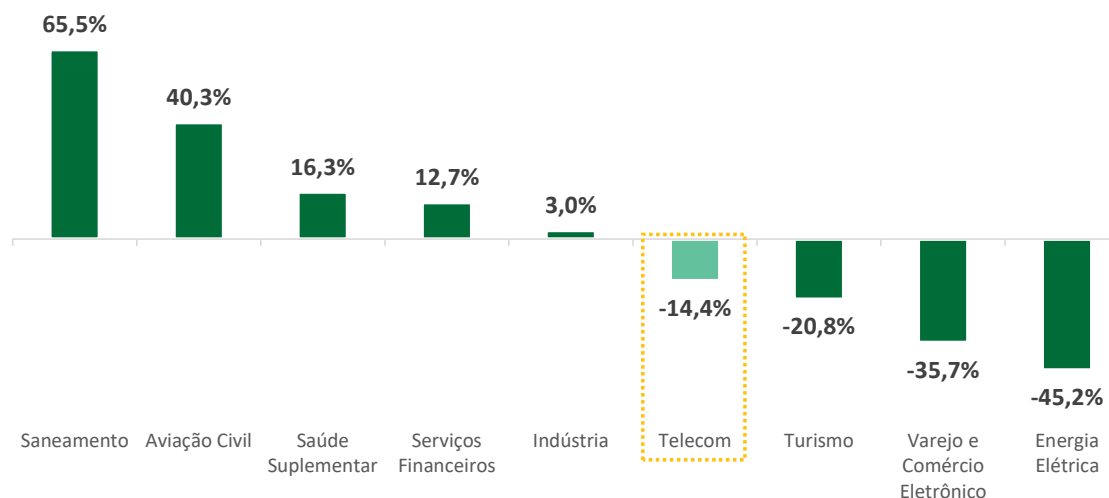
CENÁRIO RECLAMAÇÕES DE CONSUMIDORES - SINDEC

Telecom deixou de ser o mais procurado em atendimentos nos Procons do País em 2021:

Setores mais Demandados em 2021



Comparativo entre 2020 e 2021

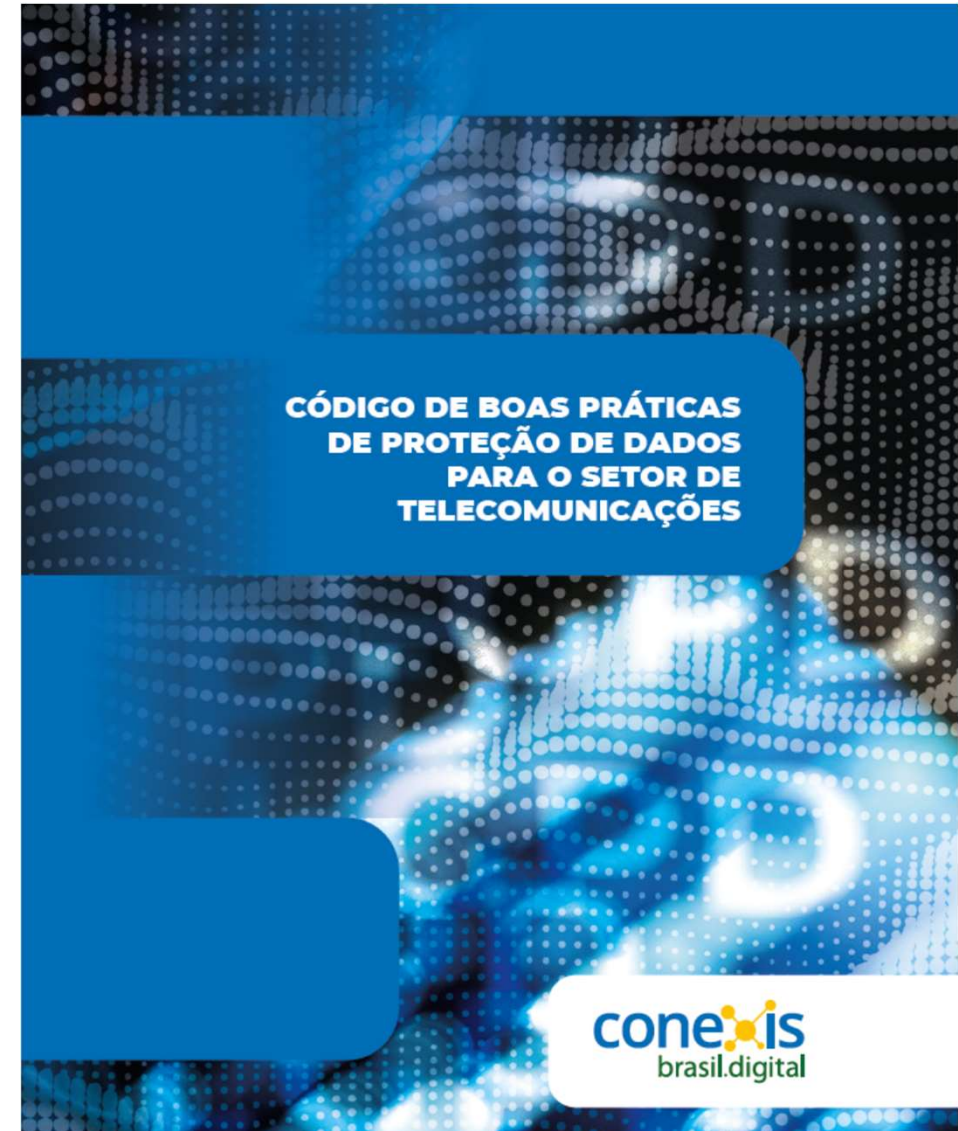


Fonte: Consumidor em números 2021, Secretaria Nacional do Consumidor.



NOVO NORMATIVO: CÓDIGO DE BOAS PRÁTICAS LGPD

- Lançamos em 30/08/2022 o **Código de Boas Práticas de Proteção de dados para o Setor de Telecomunicações**, elaborado a partir de consultoria especializada contratada, com a ativa participação dos DPOs das prestadoras Signatárias do SART, com o apoio da ANPD e ANATEL
- O **compromisso** das empresas no tema **envolve não somente os serviços de telecomunicações, mas também serviços digitais, de entretenimento, marketplace, entre outros comercializados pelas prestadoras**;
- O Código **está dividido entre uma carta de princípios e protocolos para garantia dos direitos dos titulares de dados**, baseado nas melhores práticas internacionais.
- Será **incorporado formalmente ao SART** após validação pela sua governança, mas **já tem aplicação imediata** entre as Signatárias.



PRÓXIMOS PASSOS DO SART

- **Consolidar a credibilidade do SART** por meio dos resultados que estão sendo alcançados
- Desenvolver e implantar um **normativo de enforcement** do SART
- **Revisar o normativo de telemarketing**, integrando propostas dos conselheiros independentes
- Implantar a **acessibilidade na Plataforma Não Me Perturbe - já implantada!**
- Consolidar a **atuação das Ouvidorias** das Prestadoras Signatárias
- Incorporar ao SART o **Código de Boas Práticas de Proteção de dados para o Setor de Telecomunicações**
- Consolidar os **normativos do SART como uma alternativa ágil e eficiente à regulação** tradicional na solução dos problemas consumeristas



OBRIGADA!

conexis
brasil.digital