

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA

**SECRETARIA NACIONAL
DO CONSUMIDOR**

Coordenação-Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado

Novembro
2019

PRODUTO 1

Plano de trabalho contendo: contextualização do problema, metodologia a ser utilizada, descritivo das etapas com cronograma de atividades.

Consultora: Amelia Regina Alves

Contrato Nº 2019/000098.

Objetivos

Geral:

Revisar o normativo atual para, entre outras medidas:

Específicos:

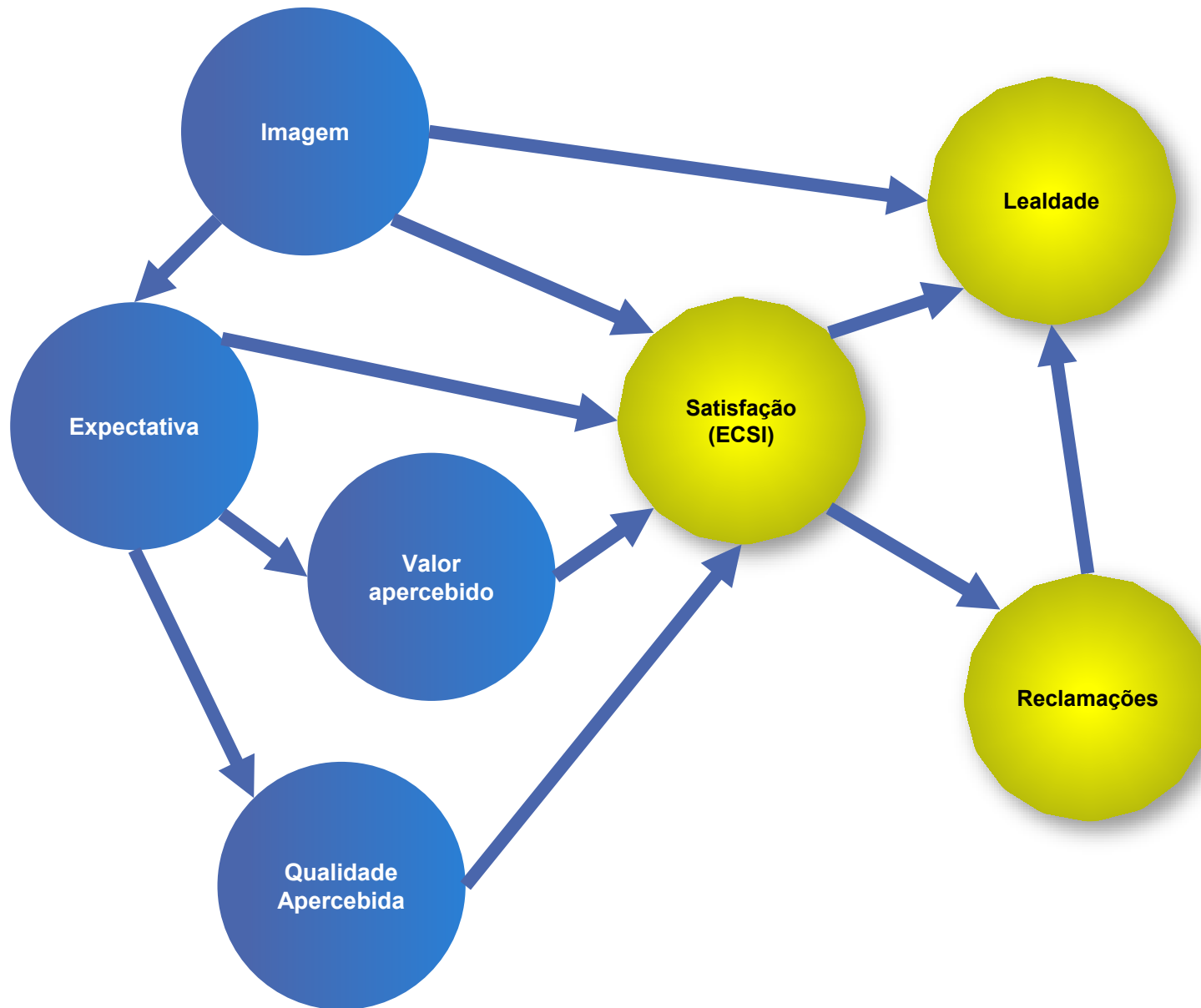
1. Reforçar as diretrizes estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC); no que se refere ao acesso a informação
2. Identificar novos incentivos para que os SACs sejam meios eficientes na resolução de demandas dos consumidores;
3. Identificar as percepções existentes sobre a atuação dos SACs e propor melhorias nos seus propósitos de ação;
4. Gerar aderência e pertinência da atuação dos SACs às demandas e reações dos usuários dos serviços regulados;
5. Identificar subsídios à Senacon para atualização das necessidades, nas atividades de cooperação e educação, por meio da Escola Nacional de Defesa do Consumidor.

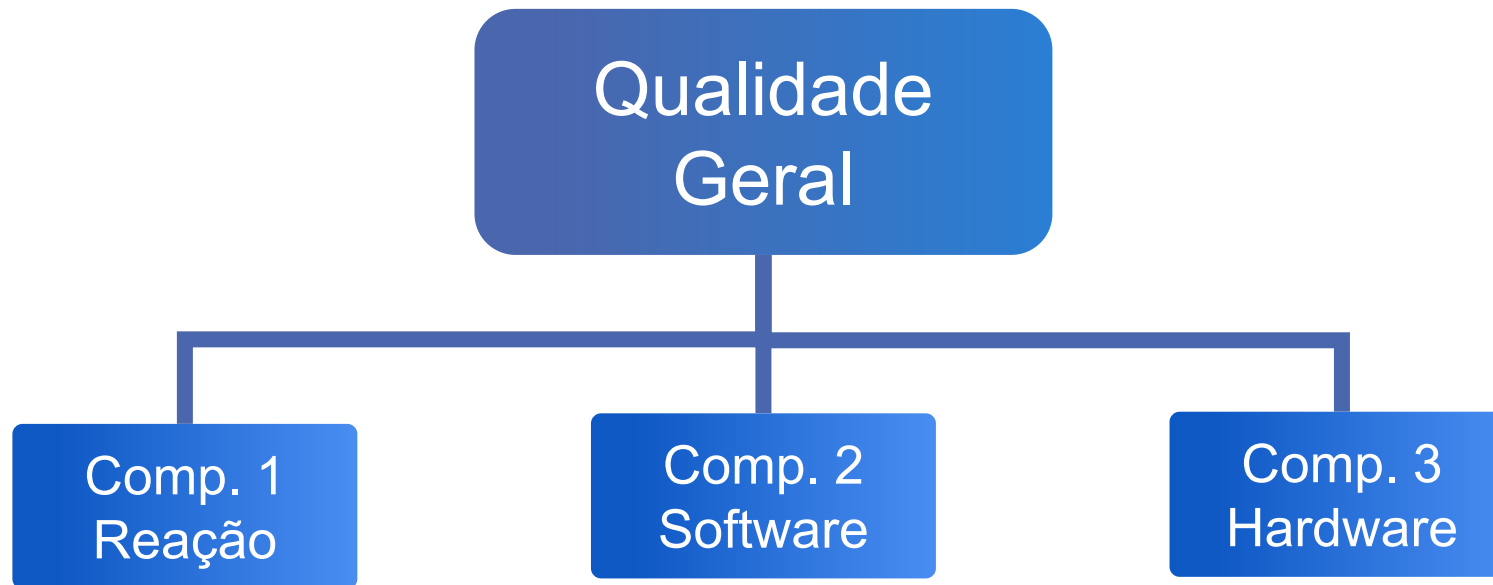


Justificativa

Comportamento de consumo, o que é?

O comportamento do consumidor reside na aquisição, consumo e disposição de produtos, serviços, tempo e idéias por meio de unidades de tomada de decisão (Jacoby, 1975,1976).





Componente 1: reação do usuário, nível de reclamos

Componente 2: software (atendimento) em qualquer modalidade

Componente 3: hardware (rede da prestadora)

Componente Geral: Qualidade da empresa.



Metodologia

Está estruturada para atender aos cinco eixos estruturantes do projeto

Como ?

Análise documental.....atende aos 5 eixos

Pesquisa Quantitativa

Pesquisa Qualitativa



Sobre a análise documental

- Trata da análise de documentos existentes
- Estudo das bases de dados existentes para a seleção da amostra randômica
- Fundamentos concretos para a construção dos instrumentos da quantitativa
- Busca de informação junto aos homólogos

Pesquisa Quantitativa

Produto 2 – junto aos consumidores dos serviços elencados (Móvel, comércio eletrônico, companhias aéreas, saúde suplementar)

- *Amostra: randômica no intervalo de um ano*
- *Construção do instrumento de coleta*

Definição de um mapa de construtos / literatura e base de dados/ recursos tecnológicos

Redação dos itens

Vinculação dos itens aos fatores teóricos

Validação por juízes

Transposição para o survey monkey

- *Coleta: 15 dias*
- *Análise de dados:*

Pesquisa Quantitativa

Produto 2 – junto aos consumidores dos serviços elencados (Móvel, comércio eletrônico, companhias aéreas, saúde suplementar)

- Validação estatística do instrumento e análise dos dados:

Fatorabilidade , por meio do auto-valor (Eigenvalue), do scree plot, porcentagem da variância explicada, o número de fatores sugeridos para extração

- Resultados:

Os dados serão ainda desagregados por: Brasil, UF, atividade profissional ou ocupação do respondente e dados sociobiográficos como sexo e escola,

Os resultados das análises de dados serão apresentados em termos de freqüências, de medidas de tendência central e de variabilidade, para cada uma das variáveis acima

Pesquisa Quantitativa

Produtos 3, 4 e 5 – pesquisa quantitativa da percepção dos principais prestadores de serviços, reguladores e Homólogos

Amostra: universo de casos

Construção do instrumento: mesmos parâmetros da pesquisa de percepção junto aos consumidores, sem a validação empírica. Poucos casos.

- a) Distribuição de freqüências, de medidas de tendência central e de variabilidade, para a amostra coletada, em termos de Brasil e UF x Categoria de Fornecedor (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar) ;
- b) Médias fatoriais por Brasil, UF, categoria de Fornecedor (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar);
- c) Estatísticas de regressão e de verificação da diferenças entre médias serão utilizadas, desde que o número de casos do universo amostral permita.
- d) As correlações entre fatores ou dimensões de instrumento, se a amostra permitir.
- e) Conclusão do estudo a partir da percepção dos Fornecedores (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar) sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC
- f) Recomendações

Pesquisa Qualitativa

Produto 4 – pesquisa qualitativa com reguladores

Procedimento Qualitativo conforme descrição no item 3.1.2

- Amostra será de oito pessoas por grupo (cinco grupos), randômica, por regulador
- Coleta de dados será por meio de uma entrevista semi-estruturada, com registros feitos em flip-chart e gravados se possível.
- integrantes de departamentos que tratam diretamente com as reclamações do consumidor, em geral as Ouvidorias, mas sugere-se que especialistas da área regulatória participem do processo de levantamento de dados qualitativos.
- Análise léxica e de conteúdo geral e desagregada por regulador
- grupos focais vem sendo usada por pesquisadores da área de mercado faz mais de cinquenta anos
- Os resultados deste procedimento qualitativo servirão de base para a comparação com as dimensões teóricas do instrumento construído para coleta de dados do produto 3, junto aos reguladores.
- Os resultados serão entregues em forma de relatório, por regulador, e também ajudarão na interpretação dos achados da pesquisa qualitativa e das recomendações finais deste projeto.

Pesquisa Qualitativa

Produto 4 – pesquisa qualitativa com reguladores

Convocatória para os grupos focais

Local: sugere-se que seja na própria Coordenação- Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado, com o endereço do local disponibilizado, dia e hora e tempo de atividade.

As atividades serão realizadas com os grupos, separadamente.

Necessário que os reguladores enviem para a SENACON :

Nome	Telefone	Email	Atuação
------	----------	-------	---------

Análise e Resultados Gerais dos Dados dos Estudos Qualitativos e Quantitativos

Os dados serão analisados conforme detalhado nos procedimentos do estudo qualitativo.

Assim, serão apresentados em forma de relatório para cada produto, os seguintes resultados:

Relatório do Produto 2 – percepção em nível da sociedade, contendo:

- a) Introdução teórica
- b) Resultados da metodologia – como foi feito :
 - Distribuição de freqüências, de medidas de tendência central e de variabilidade, para a amostra coletada em termos de Brasil, UF, Sexo, Escola, Ocupação;
 - Médias fatoriais por Brasil, UF, Sexo, Escola e Ocupação
 - Estatísticas de regressão e de verificação da diferenças entre médias serão utilizadas, desde que o número de casos da amostra assim permita.
 - As correlações entre fatores ou dimensões de instrumento, se a amostra assim o permitir.
- c) Conclusão do estudo a partir da percepção da sociedade sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC
- d) Recomendações
 - Amostra será randômica do intervalo entre 2018-2019

Relatório do Produto 3 – percepção em nível dos fornecedores (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar), contendo:

- a) Introdução teórica
- b) Resultados da metodologia – como foi feito
 - Distribuição de freqüências, de medidas de tendência central e de variabilidade, para a amostra coletada, em termos de Brasil e UF x Categoria de Fornecedor (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar) ;
 - Médias fatoriais por Brasil, UF, categoria de Fornecedor (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar);
 - Estatísticas de regressão e de verificação da diferenças entre médias serão utilizadas, desde que o número de casos da amostra assim permita.
 - As correlações entre fatores ou dimensões de instrumento, se a amostra de fornecedores, assim o permitir.
- c) Conclusão do estudo a partir da percepção dos Fornecedores (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementa) sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC
- d) Recomendações

A amostra será o universo total dos fornecedores de cada categoria de serviços (Móvel, comércio eletrônico, Bancos, Companhias Aéreas e Saúde Compementar).

Relatório do Produto 4 - percepção em nível dos reguladores (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar), contendo:

- a) Introdução teórica
- b) Resultados da metodologia – como foi feito
 - Procedimento Qualitativo conforme descrição no item 3.1.2
 - Amostra será de oito pessoas por grupo, randômica, por regulador
 - Coleta de dados será por meio de uma entrevista semi-estruturada, com registros feitos em flip-chart e gravados se possível.
 - Análise léxica e de conteúdo geral e desagregada por regulador
 - Procedimento Quantitativo
 - Construção do questionário: será feita com base nos achados da pesquisa qualitativa em grupos focais, na literatura, na análise documental.
 - Distribuição de frequências, de medidas de tendência central e de variabilidade, para a amostra coletada, em termos de Brasil e UF x Regulador (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar) ;
 - Médias fatoriais por Brasil, UF, por Regulador (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar);
 - Estatísticas de regressão e de verificação da diferenças entre médias serão utilizadas, desde que o número de casos da amostra assim permita.
 - As correlações entre fatores ou dimensões de instrumento, se a amostra de reguladores, assim o permitir.

Relatório do Produto 4 - percepção em nível dos reguladores (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementar), contendo:

- c) Conclusão do estudo a partir da percepção dos Reguladores (Móvel, Comercio eletrônico, Bancos , Companhias Aéreas e Saúde Complementa) sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC
- d) Recomendações
 - **A amostra será o universo total dos reguladores de cada categoria de serviços (Móvel, comércio eletrônico, Bancos, Companhias Aéreas e Saúde Complementar).**

Relatório do Produto 5 – mapeamento da experiência internacional na regulamentação de Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC

- a) Introdução teórica
- b) Resultados da metodologia – como foi feito
- c) Conclusão do estudo a partir da boas práticas dos homólogos nos países da América Latina. Será apresentada por quatro grupos :
 - **Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai**
 - **Chile, Colombia, Perú, Venezuela, Ecuador**
 - **Cuba, Haití e República Dominicana**
 - **Panamá, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Honduras e Guatemala**
- d) Recomendações

Relatório do produto 6 – Minuta do Decreto

A minuta do decreto deverá ser apresentada aos servidores da SENACON, por meio de um Workshop.

O Workshop sugere-se seja de um dia com os seguintes itens :

- Apresentação da teoria que sustenta a gestão de reclamações o consumidor
- Modelos teóricos e empíricos existentes na literatura
- A importância de se trabalhar com modelagem por equações estruturais (MEE)
- Estudos realizados no Brasil no contexto de reguladores
- Tendências na resolução de problemas do consumidor
- Metodologia deste estudo que revisa o Decreto 6.523, de 13 de julho de 2008
- Achados internacionais de boas práticas
- Proposição do novo decreto com repostas aos cinco eixos estruturantes do modelo de trabalho.
- Quais as evidências de necessidades de T.D&E?

- Ancorada na literatura, na análise documental e nos achados dos estudos qualitativos e quantitativos, bem como nas boas práticas dos homólogos da SENACON de países da região das Américas, será apresentada a minuta da Revisão do Decreto 6.523, de 13 de julho de 2008, que regulamenta a Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990 para fixar normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC.
- Essa minuta - tratada com especialistas da coordenação-Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado
- Justificativa da Consulta Pública - achados sustentados por metodologia com parâmetros científicos.

Atividade	Produto			
	Nome	Especificação	N. dias para realização e entrega	N. dias para realização e entrega a contar da assinatura do Contrato
A1. Especificação do plano de trabalho com contextualização do problema; metodologia a ser utilizada, descritivo das etapas com cronograma de atividades.	Produto 1	Plano de Trabalho	10	10
A2. Pesquisa junto ao consumidor:	Produto 2	Relatório Contendo, no mínimo: caracterização da pesquisa; sujeitos da pesquisa; instrumentos de coleta e processamento dos dados; técnica de análise dos dados; e análise dos resultados, insumos para treinamento. Atividade do produto três enquanto ocorre a coleta de dados do produto 2 Liberação da tomada de dados junto aos homólogos	40 a partir da aprovação	50
a) Análise documental b) Seleção da amostra 2018-2019 c) Mapa teórico dos construtos e construção do instrumento d) validação por juízes e) validação empírica f) Coleta de dados de 15 dias •construção do instrumento do produto 3 •liberação coleta de dados nos homólogos g) Análise dos dados h) Relatório devolutivo com resultados				
A3. Pesquisa junto aos fornecedores:	Produto 3	Aqui trabalhar dados do produto 2	40	90
a) Definição da amostra – universo de prestadores b) Liberação para coleta 10 dias c) Análise dos dados d) Relatório com resultados				
A4. Pesquisa junto aos reguladores	Produto 4	Seguir procedimentos descritos no documento	50	140
a) Convocação para grupos focais b) realização grupos focais em 5 dias c) Relatório grupos focais d) Construção instrumento quantitativo e) Coleta de dados objetivos de 10 dias f) Análise de dados g) Relatório com resultados da pesquisa qualitativa e quantitativa				
A5. Fazer mapeamento da experiência internacional na regulamentação de Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)	Produto 5	Relatório com o marco legal internacional sobre os Serviços de Atendimento ao Consumidor (SAC)	30	170
a) Analisar os dados já levantados b) Fazer relatório				
A6. Fazer relatório final com conclusão da análise.	Produto 6	Relatório com proposta de alteração normativa. Planejamento de workshop de apresentação dos resultados da avaliação. Preparação para consulta pública	30	200

OBRIGADO!



Amelia Regina Alves

Pesquisador Associado do Programa de Pós-graduação

Depto. de Psicologia Social e do Trabalho - PST

Instituto de Psicologia - IP

Universidade de Brasília – UnB

Grupo de estudo em Consumo, Qualidade de serviços e Satisfação em Telecom.

CV: <http://lattes.cnpq.br/6482632896778200>

