



Manual Operacional do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações

Aprovado pela Resolução nº 765,
de 6 de novembro de 2023





Manual Operacional do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações

Aprovado pela Resolução nº 765,
de 6 de novembro de 2023

Versão 4 – junho de 2025

Agência Nacional de Telecomunicações

SAUS Quadra 06, Blocos C, E, F e H

CEP 70.070-940 - Brasília/DF

Tel.: (61) 2312-2000 – www.gov.br/anatel

Presidente

Carlos Manuel Baigorri

Conselho Diretor

Vicente Bandeira de Aquino Neto

Alexandre Reis Siqueira Freire

Daniel Martins D’Albuquerque

Cristiana Camarate Silveira Martins Leão Quinalia

Introdução

O Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC), aprovado pela Resolução nº 765, de 6 de novembro de 2023, determina a instituição de um Grupo para acompanhamento da implementação dos dispositivos do referido Regulamento ("Grupo de Implantação - GIRGC"), tendo as seguintes atribuições (art. 94):

1. definir seu cronograma de atividades, bem como os dispositivos do Regulamento sobre os quais deverá se manifestar, além daqueles já indicados expressamente;
2. elaborar a proposta do Manual Operacional, bem como suas atualizações, para aprovação pela Superintendência de Relações com Consumidores (SRC);
3. acompanhar a implementação das disposições deste Regulamento, conduzindo o processo orientado para a observância das melhores práticas, com aplicação de conhecimentos, habilidades e técnicas para que a execução das normas se dê de forma efetiva, eficaz e com qualidade; e
4. coordenar, orientar e avaliar a metodologia de implantação dos dispositivos e, quando for o caso, determinar a sua implantação de forma padronizada pelas Prestadoras.

O GIRGC é constituído por representantes da Anatel, do Comitê de Defesa dos Usuários de Telecomunicações (CDUST), do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), das Prestadoras e de entidades representativas do setor regulado. Suas deliberações se dão por consenso, após o devido debate técnico. Não obstante, na hipótese de não se chegar a um consenso, os conflitos são decididos pelos representantes da Anatel.

Nos termos do art. 95 do RGC/2023, o trabalho do Grupo de Implantação resultará em um manual operacional dos procedimentos por ele definidos, a ser observado nos procedimentos de fiscalização da Anatel.

O Manual Operacional deverá ser aprovado pela Superintendência de Relações com os Consumidores (SRC) em até 7 (sete) meses, contados da publicação do Regulamento, e poderá ser revisto sempre que necessário (art. 96 do RGC/2023).

Boas Práticas

Destaca-se que o Manual Operacional inova ao estabelecer "boas práticas": condutas de implantação desejáveis, não obrigatórias, por parte das prestadoras. Foram criadas como medidas de estímulo para as prestadoras irem além do mínimo exigido pela regulamentação.

Normalmente indicadas como "desejáveis" no texto do Manual, o não atendimento das disposições em questão não geram infrações regulamentares, todavia, em alguns casos, pode servir de suporte hermenêutico para a decisão sobre a razoabilidade ou adequação da conduta das empresas.

Prestadoras de Pequeno Porte

O art. 90 do RGC/2023 estabelece os dispositivos do Regulamento que se aplicam às prestadoras de pequeno porte, quais sejam, empresas com até 5% de participação do mercado, excluindo diversas disposições para este grupo de empresas.

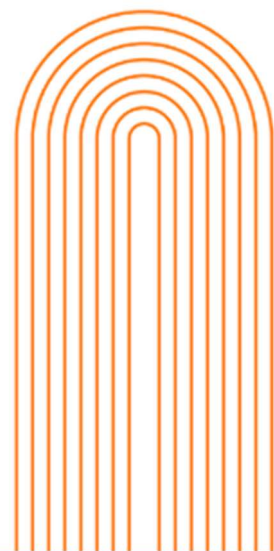
Já para as prestadoras ainda menores, com menos de 5.000 (cinco mil) acessos em serviço, o § 5º do mesmo dispositivo estabelece que estas devem observar o disposto no Capítulo I do Título II e Capítulo I do Título III do Regulamento, sem prejuízo das obrigações constantes da Lei nº 8.078, de 1990, da Lei nº 9.742, de 1997, e da Lei nº 12.485, de 2011, ou outras que as substituam.

Considerações Finais

Muito embora este Manual seja um documento voltado para a implementação técnica dos dispositivos do RGC/2023, sua publicação se dá para trazer ao consumidor conhecimento dos direitos que lhe assistem.

Esta Agência permanece atenta à necessidade de atualização do Manual, como forma de melhor preservar os interesses do consumidor na prestação de serviços de forma eficiente, transparente e respeitosa, bem como para preservar um mercado que se revele dinâmico e competitivo.

Brasília, junho de 2025.



Sumário

Introdução.....	3
Boas Práticas	4
Prestadoras de Pequeno Porte.....	4
Considerações Finais	4
1. REGRAS GERAIS.....	9
1.1. Requisitos e Melhores Práticas de Notificação dos Consumidores	9
2. ATENDIMENTO	12
2.1. Formato de Protocolo e Rastreabilidade de Demandas	12
2.2. Tempo de atendimento diferenciado a Serviços de Utilidade Pública (SUP), Pronto-Socorro ou Posto de Saúde	16
2.3. Código de Práticas de Atendimento.....	18
2.4. Atendimento por Meio Digital	20
2.5. Atendimento Telefônico Humano 24h – Demandas Urgentes.....	23
2.6. Gravação e Cópia das Interações	25
2.7. Regras de Callback.....	26
2.8. Primeiro Menu do Atendimento Telefônico	27
2.9. Tempo Máximo para Contato com o Atendente	29
2.10. Regra de Transição - Setores de Atendimento Presencial.....	31

3.	OFERTA	35
3.1.	Sistema de Registro de Ofertas.....	35
3.2.	Código de Identificação Único	36
3.3.	Velocidade de Conexão da Oferta.....	37
3.4.	Repositório Permanente de Ofertas	38
3.5.	Etiqueta Padrão	39
3.6.	Ofertas com contratação e atendimento exclusivamente digitais	44
3.7.	Reajuste de Preços	46
3.8.	Chamadas publicitárias ou para oferecimento de serviços e produtos aos consumidores	48
3.9.	Mensagens de cunho publicitário.....	50
3.10.	Comparação de Ofertas por terceiros.....	51
3.11.	Migração e renovação automática	52
3.12.	Conceito de Oferta Principal e Oferta Acessória	55
3.13.	Ofertas com formas de pagamento combinadas	57
4.	COBRANÇA	58
4.1.	Cobrança – Relatório Detalhado dos Serviços Prestados.....	58
4.2.	Cobrança – Documento de Cobrança.....	61
4.3.	Cobrança Proporcional (pro rata)	62
4.4.	Procedimento de devolução de valores pagos indevidamente ou em excesso pelo Consumidor	63
4.5.	Formas de restituição dos valores cobrados indevidamente / Outras Formas de restituição de valores indevidos, em especial para Prestadoras de Pequeno Porte.....	67
4.6.	Ressarcimento de valores a Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço por interrupção ou reparo / Cálculo do valor a ser ressarcido e modo de devolução...	69

4.7.	Funcionamento do mecanismo de consulta e solicitação de crédito de consumidor não mais pertencente à base de clientes da prestadora.....	74
4.8.	Notificação do Consumidor não mais pertencente à base de clientes quanto à existência do crédito	77
4.9.	Pedidos de rescisão processados sem intervenção do atendente.....	79
5.	SUSPENSÃO E REVISÃO.....	81
5.1.	Suspensão e rescisão contratual por falta de pagamento ou de crédito	81
6.	OUVIDORIA.....	84
6.1.	Canal de Ouvidoria	84
6.2.	Relatório e Diagnóstico de Atendimento de Ouvidorias	89

1. REGRAS GERAIS

1.1. Requisitos e Melhores Práticas de Notificação dos Consumidores

Dispositivos Regulamentados

(RGC/2023)

Art. 4º O Consumidor dos serviços cuja prestação está sujeita a este Regulamento tem direito, sem prejuízo do disposto na legislação aplicável: (...)

VIII - à não suspensão do serviço sem sua solicitação, salvo na hipótese de descumprimento de deveres constantes do art. 6º, sempre após notificação prévia pela Prestadora.

Art. 31. As Prestadoras deverão comunicar ao Consumidor, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, preferencialmente por meio eletrônico, entre outros:

I – a extinção de Oferta com Prazo de Vigência indeterminado;

II – o término do Prazo de Vigência determinado da Oferta;

III – o término do Prazo de Permanência;

IV – os reajustes que passarão a vigorar; e,

V – a alteração da lista de canais disponibilizados na Oferta contratada de SeAC, nos casos previstos no art. 23.

§ 1º As comunicações relacionadas aos incisos I e II deverão alertar o Consumidor sobre a necessidade de adesão a uma nova Oferta e as consequências de não a fazer no prazo estabelecido.

Art. 50. O Consumidor deverá ser comunicado quando seu consumo se aproximar da franquia contratada.

Parágrafo único. O disposto no caput não se aplica às Ofertas em que a existência de franquia se dá por imposição regulamentar ou legal.

Art. 61. A contestação de débito suspende a fluência dos prazos para suspensão e rescisão contratual, até que o Consumidor seja notificado da resposta da Prestadora à sua contestação.

§ 1º A Prestadora deverá analisar a contestação de débito e notificar o Consumidor de sua resposta no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da contestação.

§ 2º O valor contestado poderá ser cobrado novamente após notificação do Consumidor sobre as razões pelas quais a contestação foi considerada improcedente, desde que a análise seja realizada no prazo previsto no § 1º.

Art. 68. O Consumidor não mais pertencente à base de clientes da Prestadora deverá ser informado sobre a existência e o valor de crédito em seu nome, bem como a forma e o prazo para sua solicitação.

(...)

§ 3º A Prestadora também deverá notificar o Consumidor quanto à existência do crédito de que trata o caput, por meio eletrônico, postal ou outro definido pelo Grupo de Implantação.

§ 4º O crédito existente em nome do Consumidor a que se refere o caput deverá permanecer disponível para consulta e solicitação pelo período de 1 (um) ano, a contar de sua notificação.

§ 5º Não sendo possível a notificação do Consumidor, o prazo previsto no § 3º terá início a partir da disponibilização da informação sobre a existência do crédito na forma definida no § 1º.

Art. 69. A Prestadora deverá recolher ao Fundo de Defesa de Direitos Difusos (FDD), previsto na Lei nº 9.008, de 1995, ou outro que o substitua, o valor cobrado indevidamente ou pago em excesso por seu Consumidor, nas seguintes hipóteses:

(...)

III – no prazo de até 30 (trinta) dias contados da notificação da Prestadora sobre a decisão proferida em Procedimento de Acompanhamento e Controle (PAC), quando comprovada a impossibilidade da certificação do ressarcimento devido.

Art. 70. A Prestadora poderá suspender o provimento do serviço após o decurso de 15 (quinze) dias da data em que notificar o Consumidor quanto à existência de débito vencido, do término dos créditos ou de seu prazo de validade.

Art. 71. A notificação ao Consumidor a que se refere o art. 70 deverá conter:

I – os motivos da suspensão;

II – as regras e prazos de suspensão e rescisão do contrato;

III – o valor do débito na Forma de Pagamento Pós-Paga e o mês de referência;

IV – a possibilidade do registro do débito em sistemas de proteção ao crédito, após a rescisão do contrato; e,

V – o prazo para restabelecimento do serviço após o pagamento dos débitos ou a inserção de novos créditos, nos termos do art. 78.

Art. 73. Transcorridos 60 (sessenta) dias da suspensão do serviço, a Prestadora poderá rescindir o contrato de prestação de serviço mediante prévia notificação do Consumidor.

Art. 76. Rescindido o contrato de prestação de serviço na Forma de Pagamento Pós-Paga, a Prestadora deverá enviar comprovante de rescisão ao Consumidor no prazo máximo de 7 (sete) dias, informando da possibilidade do registro do débito em sistemas de proteção ao crédito.

Parágrafo único. O registro do débito em sistemas de proteção ao crédito deve ser precedido de notificação, nos termos da legislação aplicável.

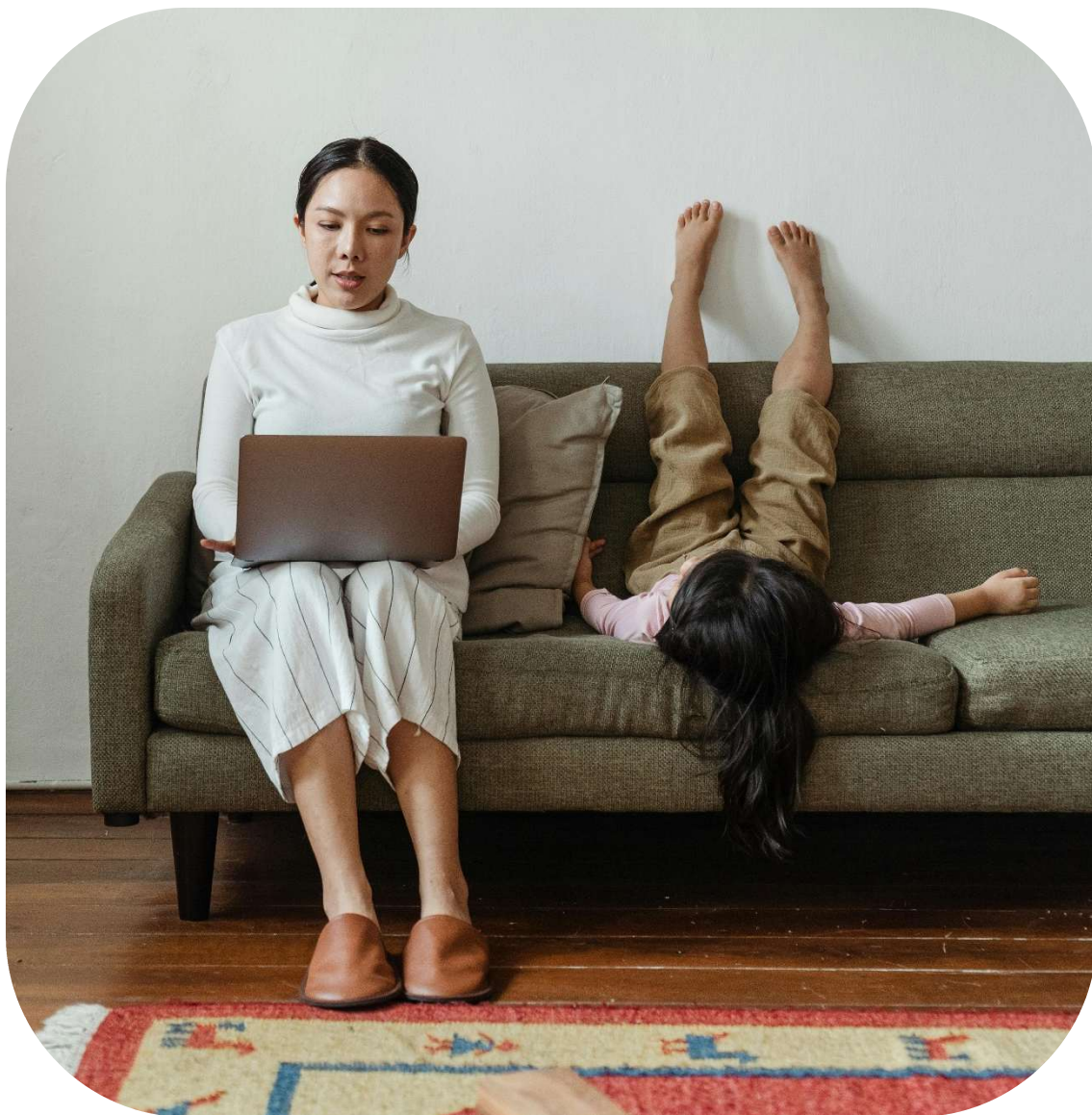
1.1.1. Princípios/Requisitos

- A notificação deve ser rastreável, identificável e recuperável;
- O texto deve utilizar de linguagem simples e facilmente compreensível pelo consumidor leigo;
- O conteúdo das notificações deve informar as ações requeridas pelo consumidor, quando necessário;
- Devem ser utilizados meios de notificação que assegurem o efetivo envio da mensagem;
- Não é admissível a exposição vexatória nas notificações, tampouco mensagens que causem constrangimento de qualquer tipo;
- Preferencialmente, as notificações não deverão conter links para acionamento pelo consumidor¹;
- As notificações devem observar o disposto no art. 5º do RGC/2023;
- Para os casos de oferta exclusivamente realizadas por meio digital, as notificações devem contemplar canais digitais;
- Caso o consumidor alegue não ter sido notificado, cabe à prestadora comprovar o efetivo envio da notificação.

¹ O envio do protocolo de atendimento deve seguir o item 2.1.2 deste Manual.

1.1.2. Boas Práticas

É desejável que as notificações obrigatórias por regulamentação sejam recuperáveis, no mínimo, por meio de repositório na área logada da prestadora.



2. ATENDIMENTO

2.1. Formato de Protocolo e Rastreabilidade de Demandas

**Dispositivos
Regulamentados**

(RGC/2023)

Art. 9º Todo atendimento receberá um protocolo da Prestadora, que deverá:

I - ser informado ao Consumidor no início do atendimento;

II - permitir a rastreabilidade da demanda; e,

III - ser enviado por meio eletrônico escolhido pelo Consumidor, em até 1 (um) dia do atendimento, contendo data e hora do registro, para todos os serviços cuja prestação está sujeita ao presente Regulamento.

Parágrafo único. O Grupo de Implantação definirá o formato do protocolo e o atendimento quanto ao disposto no inciso II deste artigo.

Art. 87. As Prestadoras de serviços de telecomunicações deverão instituir e divulgar amplamente um canal de comunicação com os Consumidores, denominado Ouvidoria, designado como unidade específica em sua estrutura, dotada de autonomia decisória e operacional. (...)

§ 5º As demandas recebidas pelos canais da Ouvidoria receberão protocolo específico, a ser informado ao Consumidor.

§ 6º A Ouvidoria manterá por 3 (três) anos, à disposição do Consumidor, histórico das demandas, que deverá apresentar, no mínimo, o protocolo de atendimento, a data e a hora de registro e de conclusão do atendimento.

2.1.1. Do protocolo (art. 9º, I, e art. 87, § 5º, do RGC/2023)

Todo atendimento, por qualquer canal, receberá um protocolo da prestadora que deverá ser informado ao consumidor no início do atendimento e permitir a rastreabilidade da demanda.

Na hipótese de atendimento presencial, caso haja indisponibilidade do sistema, bem como no caso de atendimento itinerante em que não seja possível a utilização de sistemas informatizados, a prestadora deve adotar alternativas para protocolizar e dar encaminhamento às demandas do consumidor que estiver no estabelecimento. A informação do atendimento deve ser registrada nos sistemas da prestadora em até 2 (dois) dias úteis após esse atendimento.

Para os protocolos de atendimento de primeiro nível, deve ser utilizada sequência numérica contendo o ano em sua composição.

Os protocolos de Ouvidoria podem ter seu padrão definido pela prestadora desde que seja possível diferenciá-lo do protocolo de primeiro nível.

2.1.2. Fornecimento do Protocolo por meio eletrônico (art. 9º, III, do RGC/2023)

Para todos os serviços indicados no art. 1º do RGC/2023, o protocolo deverá ser enviado por meio eletrônico escolhido pelo Consumidor, em até 1 (um) dia do atendimento, contendo data e hora do registro, o número de protocolo e a informação de que este poderá ser resgatado pelo número de CPF/CNPJ.

É desejável, contudo, que o envio do protocolo ocorra ainda durante o atendimento ou nos 20 (vinte) minutos seguintes, na forma escolhida pelo consumidor.

No atendimento telefônico, o protocolo poderá ser vocalizado ao consumidor pela Unidade de Resposta Audível ou informado pelo atendente.

Para o envio por meio eletrônico, a Prestadora deverá disponibilizar, para escolha do consumidor, pelo menos, 3 (três) opções dentro do rol a seguir:

- a. SMS;
- b. e-mail;
- c. aplicativo de mensageria; ou,
- d. aplicativo da prestadora.

O consumidor deverá poder optar pelo recebimento do protocolo por mais de um dos meios eletrônicos disponibilizados.

É desnecessário o procedimento de escolha do consumidor quando o envio ocorrer, simultaneamente, para três opções do rol acima.

A notificação encaminhada por aplicativo da prestadora deve poder ser recuperada e visualizada múltiplas vezes pelo consumidor no próprio aplicativo ou nos canais de atendimento digital, a exemplo da área logada no site da prestadora.

A comunicação que encaminhar o número de protocolo não deverá conter links em seu conteúdo.

2.1.3. Rastreabilidade das demandas (art. 9º, II, do RGC/2023)

O consumidor deverá poder ter acesso ao andamento de sua demanda, de forma tempestiva e transparente, em linguagem simples e observados os requisitos de acessibilidade aplicáveis, por qualquer meio de atendimento disponibilizado pela prestadora.

2.1.4. Resgate da demanda

Em todos os canais de atendimento a demanda deve ser rastreável por outros dados cadastrais fornecidos, além do próprio protocolo.

Toda demanda deve ser rastreável, em qualquer canal, no mínimo, por CPF ou CNPJ.

É desejável a possibilidade de rastreamento pelo número de acesso, código do cliente e outras características que permitam individualizar o consumidor.

2.1.5. Rastreabilidade de demandas no atendimento por humano

No atendimento por humano, seja ele realizado por meio digital, telefônico ou presencial, deverão ser fornecidas informações sobre demandas concluídas ou em andamento, apresentadas em qualquer canal de atendimento.

2.1.6. Rastreabilidade de demandas no meio digital

O Histórico de demandas (art. 11 do RGC/2023) deve listá-las da mais recente para a mais antiga e deve permitir filtro ao menos por data, serviço, assunto e *status* de conclusão.

Deverá ainda permitir ao consumidor acesso às seguintes informações sobre as demandas concluídas ou em andamento apresentadas em qualquer canal de atendimento:

- a. Protocolo;
- b. Identificação do Consumidor;
- c. Tipo de Atendimento (Solicitação, Reclamação ou Pedido de Informação);
- d. Serviço;
- e. Assunto;
- f. Data e hora de Registro;
- g. Prazo para Resposta;
- h. Data e hora de Resposta;
- i. Síntese da Demanda; e,
- j. Resposta da Solicitação em linguagem simples.



A síntese da demanda pode ocorrer:

- a. pela transcrição do registro realizado pelo atendente ou pelo consumidor, conforme o caso;
- b. de maneira resumida e/ou padronizada, desde que assegurado um volume suficiente de informação para individualização da demanda.

A resposta da solicitação deve indicar não somente a sua conclusão, mas também trazer informações úteis ao consumidor quanto à finalização do atendimento e, quando aplicável, trazer informações sobre a procedência do pedido formulado e as providências adotadas pela empresa.

A prestadora só poderá comercializar ofertas com atendimento exclusivamente por meio digital (art. 24 do RGC/2023) após a implantação de todas as disposições deste capítulo do Manual Operacional.

É desejável que a Prestadora acrescente ao rol acima o histórico da tramitação da demanda e outras informações úteis ao consumidor.

Devem estar disponíveis as demandas concluídas nos últimos 3 (três) anos, ressalvado o disposto no § 1º do art. 13 do RGC/2023:

“[o] acesso ao Atendimento por Meio Digital deverá ser assegurado ao Consumidor por, no mínimo, 6 (seis) meses após a rescisão contratual”.

2.1.7. Envio proativo de informações

Os mesmos canais utilizados para o envio do protocolo deverão ser utilizados para informar ao consumidor a conclusão do atendimento por ele solicitado.

É desejável que passos intermediários relevantes também sejam informados ao consumidor, na forma do parágrafo anterior.

2.1.8. Prestadoras de Pequeno Porte

O disposto nos Subcapítulos 2.1.1, 2.1.3, 2.1.4, 2.1.5, 2.1.6 e 2.1.7 não é obrigatório para as Prestadoras de Pequeno Porte, nos termos do art. 90 do RGC/2023.



2.2. Tempo de atendimento diferenciado a Serviços de Utilidade Pública (SUP), Pronto-Socorro ou Posto de Saúde

Dispositivo Regulamentado (RGC/2023)

Art. 10. As solicitações e pedidos de informação apresentados pelo Consumidor deverão ser respondidos durante o atendimento e suas reclamações, resolvidas no prazo máximo de 7 (sete) dias corridos, contados a partir de seu recebimento.

§ 1º As solicitações que não puderem ser atendidas de imediato deverão ser atendidas em, no máximo, 10 (dez) dias corridos, contados a partir de seu recebimento.

§ 2º O Manual Operacional de que trata o art. 95 poderá prever prazo inferior para atendimento das demandas e das reclamações quando o Consumidor se qualificar como prestador de Serviços de Utilidade Pública, Pronto-Socorro ou Posto de Saúde.

2.2.1. Definições

Para efeitos deste Capítulo do Manual Operacional, são considerados Serviços de Utilidade Pública (SUP), Pronto-Socorro ou Postos de Saúde:

I. Pessoas Jurídicas de Direito Público e suas autarquias e fundações, especialmente:

- a. Forças de Defesa e de Segurança Pública;
- b. Serviços de Urgência e Emergência, incluindo-se Defesa Civil, Bombeiros, Serviço de Atendimento Móvel de Urgência, Emergências Marítimas (Marinha) e outros assemelhados;
- c. Serviços de Vigilância Sanitária;
- d. Conselhos Tutelares;
- e. Poder Judiciário, Ministérios Públicos, Defensorias; e,
- f. Canais de denúncia, a exemplo do Disque Denúncia e da Central de Atendimento à Mulher.

II. Pessoas Jurídicas de Direito Público ou Privado que explorem os seguintes serviços:

- a. Serviços de Saúde (hospitais, prontos-socorros e postos de saúde);
- b. Serviços de Urgência e Emergência;
- c. Serviços de Prevenção ao Suicídio; e
- d. Concessionárias, Permissionárias e Autorizadas de Serviços Públicos.

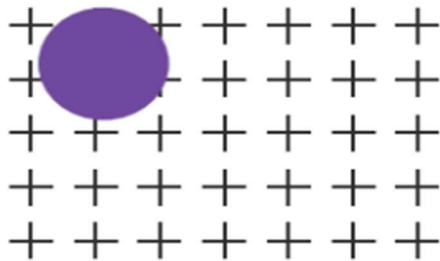
2.2.2. Regras Gerais

A implementação do atendimento com prazo inferior aos definidos no art. 10 do RGC/2023 para os Serviços de Utilidade Pública, Pronto-Socorro ou Posto de Saúde, se aplica exclusivamente a demandas de reparo.

A prestadora deve considerar que a ligação telefônica não será necessariamente realizada pelo administrador do contrato da pessoa jurídica ou por um telefone cadastrado, devendo os impactos dessa circunstância serem considerados em medidas de prevenção a fraudes.

As demandas de reparo destes serviços que se qualifiquem como prestador de Serviços de Utilidade Pública, Pronto-Socorro ou Posto de Saúde e que não forem respondidas durante o atendimento, devem ser atendidas em até 6 (seis) horas.

Os contratos com a Administração Pública Direta e Indireta que decorram de processo licitatório ou contratação direta podem prever prazo diverso de atendimento do estabelecido no presente Capítulo do Manual Operacional.



2.3. Código de Práticas de Atendimento

Dispositivos Regulamentados

(RGC/2023)

Art. 12. As Prestadoras deverão estabelecer, em Código de Práticas, os meios, condições, procedimentos e prazos para atendimento dos Consumidores, respeitado o disposto neste Regulamento.

§ 1º Na elaboração e na revisão do Código de Práticas, deverão ser ouvidos, em caráter consultivo, o Conselho de Usuários da Prestadora e o Comitê de Defesa dos Usuários dos Serviços de Telecomunicações (CDUST).

§ 2º O Código de Práticas deverá ser disponibilizado para consulta por qualquer interessado, em meio digital, e ser redigido em linguagem simples e acessível.

Art. 101. As Prestadoras deverão elaborar seu Código de Práticas em até 6 (seis) meses da entrada em vigor deste Regulamento.

2.3.1. Código de Práticas de Atendimento

O Código de Práticas é um instrumento de transparência para a relação Consumidor-Prestadora, elaborado pela empresa e disponibilizado em meio digital para qualquer interessado. Nele, a prestadora deve definir, descrever e apresentar como se dará o atendimento das demandas de seus consumidores.

2.3.2. Forma

O Código de Práticas deve ser dirigido ao consumidor, utilizar linguagem simples e acessível, e ser redigido de forma a orientá-lo na sua experiência com os canais de atendimento da prestadora e eventuais parceiros.

2.3.3. Conteúdo

O Código de Práticas deve deixar claro para cada demanda ou categoria de demandas:

- Quais canais de atendimento podem ser utilizados para o tratamento dessa demanda (como acessá-los e seus horários de funcionamento);
- Quais condições, informações, requisitos e afins são necessários para iniciar ou dar prosseguimento à demanda;
- Qual o procedimento que será seguido para o processamento da demanda; e,
- Os prazos aplicáveis, explicitando seu termo e forma de contagem.

O Código de Práticas disciplinará os dias e horários em que a prestadora poderá realizar contato ativo de atendimento ao consumidor.

2.3.4. Acessibilidade para Pessoas com Deficiência

Quando pertinentes, devem ser incorporadas ao Código de Práticas as regras de atendimento para Pessoas com Deficiência, constantes do Manual Técnico-Operacional dos Procedimentos de Implantação do Regulamento Geral de Acessibilidade (MORGA), elaborado no âmbito do Regulamento Geral de Acessibilidade RGA (Resolução Anatel nº 667, de 30 de maio de 2016).

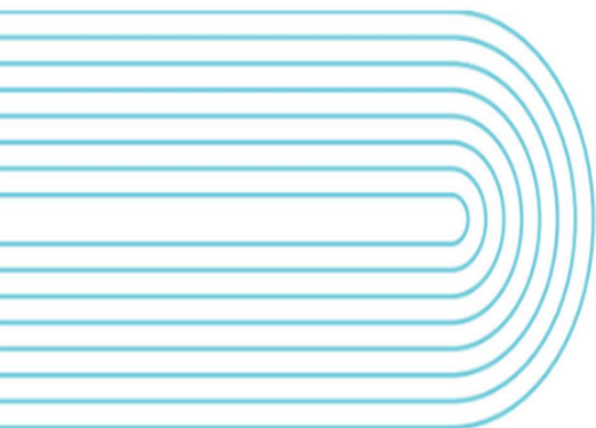
2.3.5. Elaboração e Disponibilização do Código

Nos termos do art. 12, § 2º do RGC/2023, o Conselho de Usuários da Prestadora e o Comitê de Defesa dos Usuários dos Serviços de Telecomunicações (CDUST) devem ser ouvidos, em caráter consultivo, na elaboração e eventuais revisões do Código de Práticas. É desejável que seja revisto bianualmente.

O Código de Práticas deve ser elaborado e disponibilizado pela prestadora (ou seu grupo econômico, em caso de compartilhamento de canais de atendimento) em local destacado de sua página na Internet. Ele também deve estar disponível para consulta ou download nos canais digitais de atendimento da prestadora.

2.3.6. Outros conteúdos

Outros conteúdos que a prestadora considere importante compartilhar podem ser acrescentados ao Código de Práticas, como, por exemplo, princípios éticos, premissas orientativas, suas iniciativas de educação para o consumo, boas práticas de atendimento etc., contanto que não extrapolem o escopo das práticas de atendimento.



2.4. Atendimento por Meio Digital

Dispositivos Regulamentados

(RGC/2023)

Art. 13. O Atendimento por Meio Digital garantirá ao Consumidor o acesso, no mínimo:

I – aos documentos da(s) Oferta(s) à(s) qual(is) se encontra vinculado, com o devido destaque ao Prazo de Vigência e ao Prazo de Permanência, quando for o caso;

II – à referência a novos serviços contratados;

III – aos documentos de cobrança dos últimos 6 (seis) meses;

IV – ao relatório detalhado dos serviços prestados dos últimos 6 (seis) meses;

V – à opção de solicitação de cópia da gravação de suas interações, quando for o caso;

VI – ao histórico de suas demandas registradas nos últimos 6 (seis) meses;

VII – a recurso que lhe possibilite o acompanhamento adequado do uso do serviço contratado, durante sua fruição, nas Ofertas em que houver franquia contratada, observado o disposto no art. 50;

VIII – ao perfil de consumo dos últimos 6 (seis) meses, independentemente da existência de franquia contratada nos serviços; e,

IX – ao registro e ao tratamento de quaisquer demandas.

§ 1º O acesso ao Atendimento por Meio Digital deverá ser assegurado ao Consumidor por, no mínimo, 6 (seis) meses após a rescisão contratual.

§ 2º No Atendimento por Meio Digital, deverão estar disponíveis ao Consumidor as opções de salvar cópia das informações e documentos, e de remetê-los para o meio eletrônico de sua escolha.

§ 3º A rescisão do contrato ou a contratação de Oferta pelo Atendimento por Meio Digital deverá ser processada de forma automatizada, sem intervenção de atendente.

§ 4º O Atendimento por Meio Digital deverá garantir o tratamento de todas as demandas relacionadas à Oferta prevista no art. 24.

§ 5º É vedada a cobrança ou desconto em franquia do volume de dados trafegados para acesso, por meio digital, aos canais de atendimento da Prestadora, bem como para acesso aos conteúdos neles divulgados, ainda que o conteúdo esteja hospedado em sítio eletrônico de terceiros.

Art. 14. É vedada a imposição de qualquer condicionamento ou restrição ao acesso do Consumidor ao Atendimento por Meio Digital, devendo ser respeitadas as condições de acessibilidade.

Parágrafo único. A exigência de prévia identificação do Consumidor para acesso ao Atendimento por Meio Digital não configura a restrição vedada pelo caput.

2.4.1. Informações sobre a contratação

Nas contratações firmadas por meio remoto (digital ou telefônico), os documentos indicados no art. 13, inciso I, devem ser disponibilizados na área logada para acesso pelo consumidor em até 48 (quarenta e oito) horas.

Para atendimento do disposto no art. 13, inciso I, deve ser informada a data de adesão à Oferta pelo consumidor.

2.4.2. Relatório Detalhado

O [relatório detalhado](#) no meio digital deve estar disponível para acesso imediato pelo consumidor, respeitado o ciclo de faturamento.

2.4.3. Histórico de Demandas

As informações no histórico de demandas acessível no meio digital devem seguir o padrão definido para o Capítulo de [“Formato de Protocolo e Rastreabilidade de Demandas”](#).

2.4.4. Acompanhamento do Consumo

Para fins de cumprimento do disposto no inciso VII do art. 13:

O acompanhamento do consumo não envolve um faturamento paralelo, de modo que não haverá cálculo de valor prévio.

- Para SMP:
 - a) Voz e SMS Pré-pago: As prestadoras devem colocar as informações referentes ao consumo para acompanhamento pelo consumidor com defasagem máxima de 5 (cinco) dias após o consumo.
 - b) Dados Pré-pago, Controle e Pós-pago: As prestadoras devem colocar as informações referentes ao consumo para acompanhamento pelo consumidor com defasagem máxima de 3 (três) dias após o consumo.
- Para STFC:
 - a) Voz: As prestadoras devem colocar as informações referentes ao consumo para acompanhamento pelo consumidor com defasagem máxima de 10 (dez) dias após o consumo.
- Para SCM:
 - a) Planos sem Franquia: As prestadoras que não que comercializam planos de serviço que condicionem o acesso à internet a um limite de tráfego fixo (franquia) não precisam informar o consumo, uma vez que o serviço não é controlado pelo consumo de tráfego.
 - b) Planos com Franquia: As Prestadoras que comercializam planos de serviço que condicionem o acesso à internet a um limite de tráfego fixo (franquia) não aplicarão medidas restritivas (como redução da velocidade, cobrança por tráfego excedente ou suspensão da conexão) ainda que estejam previstas no contrato, após o esgotamento da franquia, até que tenham como oferecer o acompanhamento do consumo de tráfego na área logada.
 - c) As prestadoras que comercializam planos de serviço que condicionem o acesso à internet a um limite de tráfego fixo (franquia) e que já oferecem mecanismos de acompanhamento do consumo de tráfego, devem colocar as informações para acompanhamento pelo consumidor com defasagem máxima de 5 (cinco) dias após o consumo.

* Conforme Acórdão nº 151, de 22 de abril de 2016 (SEI nº [0434444](#)), constante do processo SEI nº 53500.008501/2016-35, as prestadoras abrangidas pelo Despacho Decisório nº 1/2016/SEI/SRC (SEI nº [0414329](#)) ficam impedidas de adotar práticas de redução de velocidade, suspensão de serviço ou de cobrança de tráfego excedente após o esgotamento da franquia, ainda que tais ações encontrem previsão em contrato de adesão ou em plano de serviço, por prazo indeterminado, até ulterior decisão do Colegiado.

2.4.5. Perfil de Consumo

O perfil de consumo deve ser um conjunto de informações reunidas, preferencialmente no formato de gráfico de barras, e que permita a comparação com os meses anteriores.

O perfil deve ser discriminado por serviço, apresentado o volume do consumo. Esse volume representa:

- Para SCM – Dados Fixos – quantidade de dados consumidos, em Megabytes.
- Para SMP – Dados Móveis – a quantidade de dados consumidos, em Megabytes.
- Para SMP – SMS/MMS – a quantidade de mensagens consumidas.
- Para SMP – Voz Móvel:
 - a) a quantidade de minutos locais e longa distância consumidos.
- Para STFC – Voz Fixa:
 - a) a quantidade de minutos locais e longa distância consumidos.
- Para SeAC – TV – o valor gasto com produtos sob demanda (*Video-On-Demand, Pay-per-View*).

No perfil de consumo, em relação às Ofertas Conjuntas, o perfil de consumo é composto pelo empilhamento das informações dos serviços que compõem a oferta conjunta.

O perfil de consumo deve contemplar o histórico do consumidor na prestadora, no mesmo serviço, ainda que tenha havido adesões a diferentes ofertas no período.

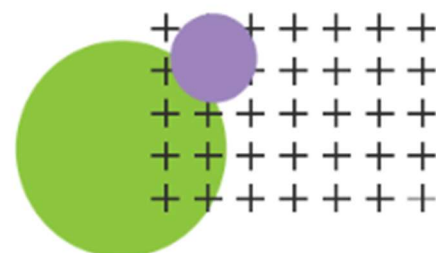
2.4.6. Informações sobre atendimento digital

A informação sobre o acesso ao atendimento digital deve aparecer de forma destacada na página da prestadora na Internet.

Para o atendimento de consumidores vinculados a Ofertas com Contratação e Atendimento Exclusivamente por Meio Digital (art. 24), deve-se observar o disposto no Capítulo [“Ofertas com Contratação e Atendimento Exclusivamente Digital”](#) deste Manual Operacional.

2.4.7. Boas Práticas

É desejável que a prestadora disponibilize atendimento humano por meio digital, especialmente nos contratos oriundos de ofertas exclusivamente digitais.



2.5. Atendimento Telefônico Humano 24h – Demandas Urgentes

Dispositivo Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 15. O Atendimento Telefônico deverá:

I – ser gratuito;

II – receber chamadas originadas do Serviço Telefônico Fixo Comutado – STFC e do Serviço Móvel Pessoal – SMP;

III – estar disponível ininterruptamente, durante 24 (vinte e quatro) horas por dia, 7 (sete) dias por semana; e,

IV – dispor de atendente humano **durante 24 (vinte e quatro) horas para demandas urgentes** e, para as demais, de 6 (seis) às 22 (vinte e duas) horas, ininterruptamente, 7 (sete) dias por semana.

§ 1º A Anatel poderá motivadamente alterar a quantidade de horas em que o atendimento humano ficará disponível.

§ 2º **O Grupo de Implantação definirá no Manual Operacional os parâmetros a serem observados para definição de demandas urgentes constante do inciso IV.**

2.5.1. Definições

São consideradas demandas urgentes, para efeitos do art. 15, IV, do RGC/2023, as demandas relacionadas aos seguintes assuntos:

- pedidos de suspensão do serviço e bloqueio de aparelho celular em decorrência de perda, roubo ou furto;
- suspeita de fraude;
- ativação de serviço de *roaming* internacional;
- reparo, interrupção, suporte técnico e o regular funcionamento do serviço; e,
- incidentes de rede com risco à integridade física de pessoas.

São também consideradas urgentes, para efeitos do art. 15, IV, do RGC/2023, as demandas apresentadas por serviços de utilidade pública, independentemente do seu conteúdo.

Para efeitos deste Capítulo do Manual Operacional, são considerados serviços de utilidade pública, independentemente do uso de Código de Acesso a Serviços de Utilidade Pública previsto no art. 10, II, do Regulamento de Numeração dos Serviços de Telecomunicações aprovado pela Resolução nº 749, de 15 de março de 2022 (ou outro que venha a substituí-lo):

I. Pessoas Jurídicas de Direito Público e suas autarquias e fundações, especialmente:

- a. Forças de Defesa e de Segurança Pública;
- b. Serviços de Urgência e Emergência, incluindo-se Defesa Civil, Bombeiros, Serviço de Atendimento Móvel de Urgência, Emergências Marítimas (Marinha) e outros assemelhados;
- c. Serviços de Vigilância Sanitária;
- d. Conselhos Tutelares;
- e. Poder Judiciário, Ministérios Públicos, Defensorias; e
- f. Canais de denúncia, a exemplo do Disque Denúncia e da Central de Atendimento à Mulher.

II. Pessoas Jurídicas de Direito Público ou Privado que explorem os seguintes serviços:

- a. Serviços de Saúde, a exemplo de hospitais, prontos-socorros e postos de saúde;
- b. Serviços de Urgência e Emergência;
- c. Serviços de Prevenção ao Suicídio; e
- d. Concessionárias, Permissionárias e Autorizadas de Serviços Públicos.

2.5.2. Regras Gerais

A implementação do atendimento urgente para os serviços de utilidade pública que sejam clientes da prestadora deve considerar que a ligação telefônica não será necessariamente realizada pelo administrador do contrato da pessoa jurídica ou por um telefone cadastrado, devendo os impactos dessa circunstância serem considerados em medidas de prevenção a fraudes.

As demandas consideradas urgentes devem ser atendidas nos prazos fixados no art. 10 do RGC/2023 e, no caso dos prestadores de serviços de utilidade pública, os eventuais prazos de atendimento fixados em Capítulo específico deste Manual Operacional em observância ao disposto no § 2º do art. 10 do RGC/2023.

2.5.3. Boas Práticas

Considera-se boa prática das prestadoras o atendimento, no período das 22 (vinte e duas) às 6 (seis) horas, de outras demandas não listadas acima e que sejam de interesse dos consumidores, a exemplo de serviços de “relição em confiança”.



2.6. Gravação e Cópia das Interações

Dispositivos Regulamentados (RGC/2023)	<p>Art. 13. O Atendimento por Meio Digital garantirá ao Consumidor o acesso, no mínimo: (...) V – à opção de solicitação de cópia da gravação de suas interações, quando for o caso; (...) § 2º No Atendimento por Meio Digital, deverão estar disponíveis ao Consumidor as opções de salvar cópia das informações e documentos, e de remetê-los para o meio eletrônico de sua escolha.</p> <hr/> <p>Art. 16. No Atendimento Telefônico, a Prestadora deverá informar ao Consumidor que a chamada encaminhada ao atendente será gravada e que a gravação poderá ser por ele solicitada.</p> <hr/> <p>Art. 42. No momento da contratação, a Prestadora deverá: I – entregar ao Consumidor o contrato de prestação de serviço e a Etiqueta Padrão na forma por ele selecionada; e, II – fornecer ao Consumidor as informações necessárias à realização de seu primeiro acesso ao Atendimento por Meio Digital, no qual poderá consultar os documentos mencionados no inciso I. Parágrafo único. Em caso de contratação por telefone, a Prestadora deverá apresentar ao Consumidor todas as informações previstas no art. 40 e manter à disposição do Consumidor a gravação da formalização do contrato por 90 (noventa) dias.</p>
--	---

2.6.1. Regras Gerais

Para efeitos desses artigos, entende-se informações inclusive as que são repassadas ao consumidor por meio de interação de canais digitais.

A cópia das interações realizadas com agente virtual ou atendimento humano no canal digital deverá estar disponível ao consumidor, mediante solicitação, em até 48 horas do encerramento do atendimento.

A cópia da gravação da interação do atendimento telefônico deverá ser fornecida nos prazos previstos no art. 10 do RGC/2023.

É obrigatória a manutenção de todas as gravações pelo prazo mínimo de 90 (noventa) dias da data de sua realização, durante o qual o Consumidor poderá requerer cópia do seu conteúdo.

O consumidor poderá solicitar a gravação por qualquer canal de atendimento disponível.

A gravação deverá ser disponibilizada por e-mail, na área logada, aplicativo, por serviço de mensageria ou por outro meio acordado com o consumidor, sem qualquer ônus.

Toda e qualquer interação do consumidor com o Centro de Atendimento Telefônico será gravada a partir do encaminhamento para atendimento humano, incluindo as chamadas transferidas para outros setores, até o fim do atendimento, independentemente de quem originou a chamada.

2.7. Regras de Callback

Dispositivo Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 17. A Prestadora deverá retornar imediatamente a ligação ao Consumidor nos casos de descontinuidade da chamada antes da conclusão do atendimento.

2.7.1. Obrigação de retorno imediato

A obrigação do retorno imediato tem início após o primeiro contato do consumidor com o atendente, independente das causas da descontinuidade, inclusive quando a descontinuidade ocorrer durante a transferência entre atendentes.

O retorno deverá ocorrer em até 180 (cento e oitenta) segundos após a descontinuidade, no mínimo mediante uma tentativa, no mínimo em 95% (noventa e cinco) dos casos, apurados mensalmente.

Na tentativa de retornar à ligação, a prestadora deve aguardar, no mínimo, 20 segundos ou até cair na caixa postal antes de desistir da chamada.

2.7.2. Casos de ausência de obrigatoriedade de retorno imediato

Não será obrigatório o retorno imediato das ligações nos seguintes casos:

- a. falta de educação ou comportamento ofensivo pelo consumidor;
- b. situações de trote ou engano; e,
- c. chamadas originadas por código de acesso com restrição de identificação.

2.7.3. Boas Práticas

É desejável que a tentativa de ligação realizada utilize protocolos de identificação e autenticação de chamadas adotados nas redes de telecomunicações brasileiras.

É desejável que sejam realizadas tentativas adicionais em caso do não atendimento por parte do consumidor.

É desejável que a prestadora informe ao consumidor que haverá o retorno imediato das ligações eventualmente descontinuadas antes da conclusão do atendimento.

2.8. Primeiro Menu do Atendimento Telefônico

Dispositivo Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 18. No primeiro menu do Atendimento Telefônico deverão estar disponíveis, no mínimo, as opções de:

- I - rescisão do contrato de forma automatizada, sem intervenção de atendente;
- II - registro de reclamação; e,
- III - atendimento por humano.

§ 1º A opção de acesso ao atendente deverá constar em todos os submenus do Atendimento Telefônico.

§ 2º A solicitação de identificação do Consumidor, desde que não reiterada no caso de ausência de resposta, não configura restrição ou condicionamento ao atendimento humano.

§ 3º O Grupo de Implantação definirá:

- I - o tempo máximo para contato com o atendente, quando essa for a opção selecionada, e para transferência ao setor competente para atendimento em definitivo da demanda; e,

- II - o conceito de primeiro menu do Atendimento Telefônico.

2.8.1. Regras Gerais

Primeiro Menu do Atendimento Telefônico é a primeira lista de opções apresentada ao consumidor para que selecione o direcionamento desejado ao tratamento da sua demanda, compreendendo, no mínimo, as opções elencadas no art. 18 do RGC.

Desde que mantenha os itens obrigatórios, o primeiro menu pode ser alterado considerando o momento ou contexto da ligação.

A prestadora deve observar as seguintes condições na veiculação do primeiro menu:

- a. antes da apresentação do primeiro menu, são admitidas apenas as etapas de identificação do consumidor, seleção do serviço e/ou produto a que se refere a demanda, informação do número de protocolo e avisos ou alertas objetivos que sejam úteis ao consumidor, desde que veiculados com duração razoável, não sendo permitida a veiculação de ofertas ou outros conteúdos comerciais;
- b. não é permitida a veiculação de ofertas ou qualquer outro conteúdo comercial antes e durante a vocalização do primeiro menu;
- c. a lista de opções deverá estar compreendida entre a numeração de 0 a 9, fixando-se um mesmo número para o atendimento humano em todos os menus e submenus de um mesmo canal de atendimento;
- d. deve ser possível ao consumidor prosseguir no atendimento do primeiro menu da URA ou de qualquer submenu mediante a seleção de uma opção mesmo antes de sua vocalização; e,
- e. as opções devem ser apresentadas de forma simples, permitindo a identificação eficiente pelo consumidor da opção mais adequada aos seus interesses.

O uso de mecanismos que permitam a seleção de opções por voz será admitido na apresentação do primeiro menu, desde que, em caso de não entendimento da opção selecionada pelo consumidor:

- a. sejam vocalizadas as opções mínimas estabelecidas pelo art. 18 do RGC; ou,

b. seja facultada a seleção das opções de atendimento com o uso de teclas (URA tradicional), caso em que serão listadas as opções obrigatórias do art. 18 do RGC.

Não são permitidos:

- a. o acréscimo de pausas, aumento de velocidade de vocalização, diminuição do volume da narração ou outros mecanismos para dificultar a seleção, pelo consumidor, das opções obrigatórias indicada do art. 18 do RGC; e,
- b. a veiculação de ofertas e a inclusão de avisos ou alertas sem utilidade para o consumidor antes ou durante a vocalização do primeiro menu.

É desejável que o tempo máximo destinado à veiculação de avisos ou alertas que sejam úteis ao consumidor veiculados antes da apresentação do primeiro menu tenha duração de até 60 (sessenta) segundos, sendo possível a extensão desse tempo por opção do consumidor.

Observado o parágrafo anterior, no Código de Práticas de que trata o art. 12 do RGC/2023, as prestadoras devem indicar qual o tempo de duração de referência para veiculação, antes da apresentação do primeiro menu, de avisos ou alertas que sejam úteis ao consumidor.

Em qualquer caso, os avisos decorrentes de determinação da Anatel, da Secretaria Nacional do Consumidor, de órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e do Poder Judiciário não estarão submetidos ao limite de tempo indicado nos parágrafos precedentes.



2.9. Tempo Máximo para Contato com o Atendente

Dispositivo Regulamentado (RGC/2023)	<p>Art. 18. No primeiro menu do Atendimento Telefônico deverão estar disponíveis, no mínimo, as opções de:</p> <p>I – rescisão do contrato de forma automatizada, sem intervenção de atendente;</p> <p>II – registro de reclamação; e,</p> <p>III - atendimento por humano.</p> <p>§ 1º A opção de acesso ao atendente deverá constar em todos os submenus do Atendimento Telefônico.</p> <p>§ 2º A solicitação de identificação do Consumidor, desde que não reiterada no caso de ausência de resposta, não configura restrição ou condicionamento ao atendimento humano.</p> <p>§ 3º O Grupo de Implantação definirá:</p> <p>I – o tempo máximo para contato com o atendente, quando essa for a opção selecionada, e para transferência ao setor competente para atendimento em definitivo da demanda; e,</p> <p>II – o conceito de primeiro menu do Atendimento Telefônico.</p>
--	--

2.9.1. Tempo Máximo para contato com o atendente

O tempo máximo para o contato direto com o atendente é de até 60 (sessenta) segundos, contados a partir do momento em que os consumidores selecionem:

- a. a opção de falar com o atendente (art. 18, inciso I e § 1º do RGC/2023); ou,
- b. uma opção definida pela prestadora na árvore da Unidade de Resposta Audível (URA) que aplique direcionamento para atendimento humano.

O início da contagem do tempo fixado para atendimento ocorrerá no momento da entrada em fila de espera para atendimento na Distribuição Automática de Chamadas (DAC), após a seleção pelo consumidor da opção para falar com um atendente ou de opção na URA que gere o encaminhamento para atendimento humano.

2.9.2. Tempo Máximo para transferência ao setor competente

O tempo máximo para transferência ao setor competente é de até 60 (sessenta) segundos, contados após a seleção da opção de encaminhamento para a equipe especializada.

O início da contagem do tempo fixado para transferência ocorrerá no momento da entrada em fila de encaminhamento para a equipe especializada.

2.9.3. Disposições Comuns

O cumprimento do tempo máximo de até 60 (sessenta) segundos deverá ocorrer em 90% (noventa por cento) dos casos, observando-se ainda o disposto na regra de transição.

A transferência entre a URA e a DAC será imediata, excetuando-se as mensagens obrigatórias regulamentares.

O fim da contagem do prazo de atendimento ou transferência será o início do contato com o atendente.

O consumidor que estiver na fila de atendimento deverá ser comunicado do seu tempo de espera estimado. O primeiro aviso deverá ocorrer em até 60 segundos, no momento em que o Consumidor é direcionado para a fila de espera para atendimento.

A apuração das metas definidas no presente Capítulo do Manual Operacional ocorrerá mensalmente, para todos os serviços da prestadora, sendo excluídas as ligações encerradas, por opção do consumidor, após o início da contagem do tempo e antes do encerramento do prazo definido para atendimento ou transferência.

As ligações encerradas pelo consumidor após os 60 (sessenta) segundos, atendidas ou não pela prestadora, serão contabilizadas.

Todas as ligações encerradas pela prestadora sem atendimento serão consideradas como superiores a 60 (sessenta) segundos para efeitos de apuração das metas definidas no presente Capítulo.

Não sendo possível discernir o motivo do encerramento prematuro da ligação (sem atendimento), a ligação será considerada como superior a 60 (sessenta) segundos para efeitos de apuração das metas ora fixadas.

Imputará em infração ao disposto no art. 18, § 3º, inciso I, do RGC/2023, qualquer procedimento destinado a burlar a regra disposta no presente Capítulo ou manipular o indicador relacionado, especialmente:

- a. a exclusão de ligações da fila de atendimento;
- b. o retardo do início da contagem ou a antecipação artificial do seu término; e,
- c. o não fornecimento do histórico completo de ligações à Agência.

A Agência estabelecerá os requisitos relacionados à coleta de dados do tempo máximo para efeitos de monitoramento e fiscalização regulatória.

2.9.4. Regra de Transição

O percentual definido no item “2.9.3” deste Capítulo para o cumprimento do tempo máximo de até 60 (sessenta) segundos será de:

- a. 75% a partir de 01/09/2025;
- b. 80% a partir de 01/06/2026; e,
- c. 90% a partir de 01/02/2027.

2.9.5. Boas Práticas

É desejável que o consumidor que estiver na fila de atendimento seja comunicado do seu tempo de espera estimado com avisos regulares.

2.10. Regra de Transição - Setores de Atendimento Presencial

Dispositivo Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 100. O Grupo de Implantação definirá as regras quanto ao eventual encerramento das atividades nos estabelecimentos para Atendimento Presencial que passarem a ser facultativos em razão do disposto no art. 20.

2.10.1. Abrangência

As regras de transição de que trata o art. 100 do RGC/2023 abrangem os Setores de Atendimento Presencial das Concessionárias do STFC e de Prestadoras do SMP previstos nos arts. 32 e 33 do RGC/2014 que estejam em funcionamento na data de publicação do RGC/2023 ou que venham a ser criados até 31 de agosto de 2025, inclusive por força de decisão judicial.

2.10.2. Requisitos para o encerramento

São requisitos para o encerramento das atividades dos Setores de Atendimento Presencial de que trata o art. 100 (doravante, “SAPs”):

- a. todas as demandas dos consumidores, qualquer que seja a sua natureza, devem poder ser solucionadas por outros canais de atendimento;
- b. os consumidores com demandas em curso na data de encerramento devem ser informados previamente quanto aos canais que continuarão o atendimento; e,
- c. deve ser executado um Plano de Comunicação informando à população afetada quanto ao encerramento das atividades dos “SAPs”.

O encerramento das atividades dos “SAPs” pode ocorrer apenas a partir de 1 de setembro de 2025 (data de revogação do art. 32 do RGC/2014, conforme art. 86. da Resolução Anatel Nº 765, de 6 de novembro de 2023).

As Concessionárias do STFC e prestadoras do SMP devem manter, em caráter permanente, em suas páginas na Internet, relação de estabelecimentos de atendimento presencial (art. 20 do RGC/2023) que permita, de maneira simples, a identificação, pelo consumidor, do estabelecimento de atendimento presencial mais próximo.

2.10.3. Plano de Comunicação

A. Aspectos Gerais

O Plano de Comunicação e sua execução devem ser documentados pela prestadora, podendo os documentos respectivos serem solicitados a qualquer momento pela Agência.

Devem constar do Plano de Comunicação os dados levantados e a motivação das definições relacionadas:



- a. à área de execução das atividades de comunicação;
- b. ao conteúdo das atividades de comunicação;
- c. aos mecanismos de comunicação escolhidos, especialmente as definições relacionadas ao tamanho, formato, locais de distribuição, fraseologia, alcance da população destinatária da mensagem e outros elementos semelhantes referentes aos avisos em locais de grande circulação; e,
- d. eventuais restrições existentes à execução do plano de comunicação, a exemplo de legislações urbanísticas e de uso de espaços públicos.

B. Área de Abrangência

O Plano de Comunicação deve ser executado nos municípios:

- a. da região geográfica imediata – conforme definições do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – em que se localiza o Setor de Atendimento Presencial que terá as suas atividades encerradas; e,
- b. em que, por questões de proximidade geográfica ou de outra natureza, tenham população usualmente atendida no Setor de Atendimento Presencial que terá suas atividades encerradas.

Podem ser excluídos das ações de comunicação municípios que tenham pontos de atendimento presencial em decorrência do disposto no art. 20 do RGC/2023.

C. Período de Execução

As atividades de comunicação devem iniciar 30 (trinta) dias antes do encerramento das atividades do Setor de Atendimento Presencial e deverão se estender até 30 (trinta) dias após o encerramento das atividades do estabelecimento.

D. Conteúdo Mínimo

A comunicação deve informar, quanto à decisão da prestadora, no mínimo:

- a. a data de encerramento das atividades do estabelecimento;
- b. indicação do estabelecimento mais próximo que ofereça atendimento presencial; e,
- c. informação dos demais canais de atendimento disponíveis.

E. Atividades de Comunicação antes do encerramento da loja

O Plano de Comunicação deve ter atenção à realidade da área abrangida e prever mecanismos efetivos de comunicação com a população atingida, devendo ser realizados, no mínimo:

- a. fixação ostensiva de avisos da iminência do encerramento das atividades na entrada do estabelecimento e em locais de fácil visualização pelos consumidores em seu interior durante os 30 (trinta) dias anteriores ao fechamento do Setor de Atendimento Presencial;
- b. avisos durante os atendimentos presenciais realizados nos 30 (trinta) dias que antecedem ao encerramento das atividades do Setor de Atendimento Presencial, com

atenção especial para a informação sobre os canais que continuarão o atendimento de demandas que podem vir a estar pendentes de resposta na data de encerramento;

- c. avisos por SMS, e-mail e na página na Internet da prestadora; e,
- d. veiculação de avisos em locais de grande circulação de pessoas nos municípios abrangidos pelo Plano de Comunicação que não tenham pontos de atendimento (art. 20 do RGC).

F. Atividades de comunicação após o encerramento da loja

Durante os 30 (trinta) dias após o encerramento das atividades do estabelecimento:

- a. a população atendida no Setor de Atendimento Presencial nos 90 (noventa) dias anteriores ao encerramento das atividades do estabelecimento deve receber uma comunicação adicional por SMS e e-mail; e,
- b. deve ser mantido o aviso no site de que trata o item “2.10.3 G – Especificidades das atividades de comunicação – Aviso na página na Internet” deste Capítulo do Manual.

G. Especificidades das atividades de comunicação

Aviso na página na Internet

O aviso no sítio eletrônico da prestadora deverá permanecer online durante o período de execução do Plano de Comunicação, em local de visualização privilegiada na página inicial da prestadora.

O aviso poderá ser veiculado apenas após identificação automática da localização do consumidor ou da seleção de um dos municípios abrangidos pelo Plano de Comunicação para customização da página, caso o sítio eletrônico da prestadora tenha tal funcionalidade.

Na lista de estabelecimentos de atendimento presencial mantida na página da empresa, durante o período de execução do Plano de Comunicação deve ser apresentado aviso da iminência de fechamento ou do recente encerramento das atividades do estabelecimento.

Avisos em locais de grande circulação de pessoas

Os avisos em locais de grande circulação de pessoas devem ser mantidos durante todo o período de execução do Plano de Comunicação.

Os avisos devem ser posicionados em locais e em meios que permitam a fácil visualização por parcela relevante da população do município, observada a legislação municipal.

Os elementos de prova do cumprimento da obrigação, a exemplo de fotos e contratos com empresas terceirizadas, deverão ser guardados pela prestadora.

2.10.4. Medidas de Informação

As Concessionárias do STFC e prestadoras do SMP devem enviar, em 60 (sessenta) dias da aprovação do presente Capítulo do Manual Operacional, o rol de estabelecimentos:

- a. que se configuram como Setores de Atendimento Presencial para efeitos do art. 33 do RGC/2014; e,
- b. demais estabelecimentos que explorem exclusivamente a marca da Prestadora.

Até 30 (trinta) dias após o fim de cada trimestre civil, as alterações na lista de estabelecimentos (aberturas e fechamentos) devem ser informadas à Agência. O primeiro envio de informações deve conter as alterações efetuadas a partir da data da entrada em vigor do RGC/2023 até o último dia do trimestre civil subsequente.

As informações devem ser fornecidas no formato solicitado pela Gerência de Tratamento de Solicitações de Consumidores (RCTS), que também poderá solicitar informações adicionais.

Os 3 (três) primeiros Planos de Comunicação elaborados pela prestadora devem ser enviados à Anatel quando de sua aprovação pelas instâncias internas da prestadora e antes do início da execução das atividades.

As provas da execução dos 3 (três) primeiros Planos de Comunicação elaborados pela prestadora deverão ser encaminhados à Agência no prazo de 60 (sessenta) dias do encerramento do(s) estabelecimento(s) alcançados.

2.10.5. Boas práticas

É desejável que as prestadoras:

- a. prevejam mecanismos de suporte adicional aos consumidores que tiveram o atendimento presencial encerrado por meio de equipes móveis, especialmente em municípios classificados como não competitivos ou pouco competitivos (PGMC, categorias 3 e 4) para um dos serviços atendidos e que não contem com outros pontos de atendimento presencial próximos;
- b. realizem avaliação dos impactos para a sociedade do encerramento dos setores de atendimento presencial, considerando as suas diretrizes corporativas para práticas de *Environmental, Social and Governance* (ESG); e,
- c. informem em seus aplicativos os seus pontos de atendimento presencial (art. 20 do RGC).

2.10.6. Outras questões

O Plano de Comunicação e os elementos de prova de sua execução deverão permanecer disponíveis para a fiscalização da Agência enquanto durarem os processos de acompanhamento e controle.

A Anatel poderá solicitar a extensão do prazo de guarda dos referidos documentos.

3. OFERTA

3.1. Sistema de Registro de Ofertas

**Dispositivo
Regulamentado**

(RGC/2023)

Art. 21. Toda Oferta de serviços de telecomunicações deverá ser registrada em sistema da Anatel antes de sua comercialização.

§ 1º O sistema para registro das Ofertas será definido pelo Grupo de Implantação.

3.1.1. Sistema

Nos termos do art. 21, § 1º, do RGC/2023, o Busca Ofertas, sistema em desenvolvimento pela Anatel, será utilizado para registro de ofertas antes de sua comercialização.

A Anatel envidará esforços para que, na entrada em vigor do art. 21 do RGC/2023, o referido sistema conte com as seguintes características:

- a. Registro de ofertas por meio de carga de dados pelo envio de arquivo de texto que utilize o *JavaScript Object Notation* (JSON), de maneira a permitir o registro simultâneo de Ofertas, nos termos do Manual de Elaboração do Arquivo JSON de ofertas de serviços de telecomunicações editado pela Agência;
- b. Registro de ofertas de forma individual, por *interface web*;
- c. Emissão de comprovante de carregamento e registro da oferta;
- d. Visualização da oferta apenas durante o seu período de comercialização;
- e. Registro público de indisponibilidades do sistema; e,
- f. Possibilidade de alteração das ofertas encaminhadas nos limites do RGC/2023.

A Anatel definirá meio alternativo de registro de ofertas para o caso de indisponibilidade temporária do Busca Ofertas.

3.1.2. Período de Transição

Até a definição de que trata o parágrafo anterior:

- a. a Prestadora deverá enviar petição contendo como anexo o arquivo JSON que seria encaminhado para registro pelo Sistema Eletrônico de Informações (SEI); e,
- b. o arquivo em questão deverá ser encaminhado pela Prestadora para o Busca Ofertas em até 48h (quarenta e oito horas) do restabelecimento do sistema.

3.2. Código de Identificação Único

Dispositivo Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 21. Toda Oferta de serviços de telecomunicações deverá ser registrada em sistema da Anatel antes de sua comercialização.

(...)

§ 2º As Ofertas devem ter um **código de identificação único** a ser definido pelo Grupo de Implantação e implementado por cada Prestadora.

3.2.1. Formato do Código de Identificação Único

O Código de Identificação Único de Oferta, previsto no § 2º do art. 21 do RGC, consiste em código alfanumérico formado por 3 blocos, com o seguinte formato:

Operadora	Ano	Sequencial
LLL	nnnn	nnnnnnnn

Bloco Operadora: 3 caracteres alfabéticos, referentes à Prestadora a qual a Oferta pertence.

Bloco Ano corrente: 4 caracteres numéricos, referência temporal ao lançamento da Oferta.

Bloco Sequencial: 8 caracteres, um sequencial numérico progressivo, não repetitivo, único para cada Oferta de serviços.

3.2.2. Geração do Código pela Prestadora

O sequencial numérico será gerado pela prestadora e submetido ao sistema de Registro de Ofertas da Anatel (art. 21, § 1º do RGC). O Código será reiniciado a cada ano, iniciando nova progressão a partir do número um (00000001).

Para as Ofertas Conjuntas será gerado apenas um Código de Identificação Único, não sendo possível desmembrar a geração para cada serviço avulso associado.

3.2.3. Boas Práticas

É desejável que as prestadoras adotem ações de educação para o consumo objetivando explicar aos consumidores o significado do Código de Identificação Único e como acessar os documentos e informações de sua Oferta nos seus canais de atendimento.

É desejável que as respostas das prestadoras, nos canais de atendimento, mencionem o Código de Identificação Único quando o motivo estiver relacionado a cláusulas contratuais da Oferta.

3.3. Velocidade de Conexão da Oferta

Dispositivo Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 21. Toda Oferta de serviços de telecomunicações deverá ser registrada em sistema da Anatel antes de sua comercialização.

(...)

§ 3º Quando do registro da Oferta no sistema previsto no caput, deverá ser informado o Prazo de Comercialização, bem como as seguintes condições de preço, acesso e fruição do(s) serviço(s):

(...)

VI – velocidades de conexão, tanto de download quanto de upload.

3.3.1. Regras Gerais

A Velocidade de download se refere à rapidez com que um arquivo pode ser transferido de uma máquina remota/sítio para o equipamento local do usuário.

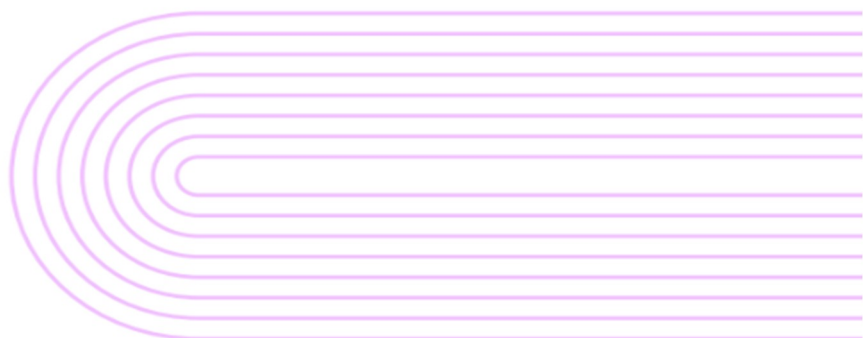
A velocidade de upload se refere à rapidez com que um arquivo pode ser transferido do equipamento local do usuário para uma máquina remota/sítio.

Os valores de velocidade de conexão de download/upload informados na Oferta de banda larga fixa (SCM) deverão ser disponibilizados aos consumidores e servirão de referência para a avaliação do cumprimento contratual, na forma do art. 37, § 6º do RGC/2023.

Os fatores não sujeitos ao controle das prestadoras no ambiente do consumidor serão considerados nas especificações do procedimento e da ferramenta de medição a ser disponibilizada aos usuários, a ser disposto no Manual Operacional do Regulamento de Qualidade dos Serviços de Telecomunicações – RQUAL, construído em reuniões conjuntas entre o GIRGC e o GTQUAL.

As velocidades de conexão de download e upload ofertadas não se confundem com a capacidade de transmissão de dados disponibilizada no acesso do usuário.

A velocidade da conexão, tanto de download quanto de upload, deve ser informada em bits por segundo (bps) ou seus múltiplos (Kbps, Mbps, Gbps), conforme o caso.



3.4. Repositório Permanente de Ofertas

Dispositivo Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 22. Todas as Ofertas de serviços de telecomunicações da Prestadora, incluindo as que não estão em vigência, deverão ser mantidas em um repositório permanente de Ofertas em sua página na internet, pelo período de 3 (três) anos após o fim de sua vigência, atendendo-se aos seguintes critérios:
I – disponibilização de listagem integral, a partir de atalho em sua página inicial, na qual conste a identificação das Ofertas pelo nome comercial e por seu código de identificação único; e,
II – disponibilização de Etiqueta Padrão, acompanhada da Oferta.

3.4.1. Regras Gerais

A listagem deve obedecer às seguintes regras:

- a. As Ofertas que estiverem em comercialização na data da entrada em vigor da Resolução nº 765, de 6 de novembro de 2023, devem seguir a regra do art. 45 da Resolução nº 632, de 7 de março de 2014;
- b. As Ofertas com a comercialização iniciada a partir de 01/09/2025 devem seguir o disposto no art. 22 do RGC/2023.

O acesso ao Repositório Permanente de Ofertas deve ser intuitivo ao consumidor, por meio de atalho na página inicial da prestadora na Internet.



3.5. Etiqueta Padrão

Dispositivos Regulamentados (RGC/2023)	Art. 3º [Definições] (...) VII – Etiqueta Padrão: documento que apresenta resumo das principais condições da Oferta, padronizado pelo Grupo de Implantação;
	Art. 4º [Direitos] (...) IV – ao acesso a informações claras, objetivas, suficientes, redigidas com linguagem simples e apresentadas de maneira a assegurar um processo decisório adequado a seus próprios interesses; V – ao prévio conhecimento e à informação adequada sobre as condições de contratação, prestação, canais de atendimento e suporte, formas de pagamento, Prazo de Permanência, Prazo de Vigência e extinção da Oferta, eventuais Serviços de Valor Adicionado, especialmente os preços cobrados, bem como a data e o índice aplicável, em caso de reajuste; VI – ao conhecimento sobre medidas para o uso eficiente e adequado do serviço, especialmente em relação à gestão do uso dos dados contratados; (...)
	Art. 22. [Repositório Permanente de Ofertas] (...) II – disponibilização de Etiqueta Padrão, acompanhada da Oferta.
	Art. 24. [Oferta Exclusivamente Digital] (...) § 1º A Oferta descrita no caput deverá prever canal alternativo para contato com a Prestadora em caso de indisponibilidade do serviço. § 2º A Prestadora não poderá cobrar pela disponibilização, por meio eletrônico, do documento de cobrança e do relatório detalhado. § 3º O contrato de prestação de serviço e a Etiqueta Padrão correspondente à Oferta descrita no caput deverão informar sobre: I – o canal alternativo para contato com a Prestadora previsto no § 1º; II – a vedação prevista no § 2º; e, III – os canais de acesso à Ouvidoria da Prestadora, nos moldes estabelecidos neste Regulamento e no Manual das Ouvidorias.
	Art. 42. No momento da contratação, a Prestadora deverá: I – entregar ao Consumidor o contrato de prestação de serviço e a Etiqueta Padrão na forma por ele selecionada; e, (...)

3.5.1. Aspectos Gerais

A Etiqueta-Padrão é o documento da Oferta que resume suas principais condições de preço, de acesso e de fruição dos serviços, contratados individualmente ou em conjunto, tendo por objetivo:

- a. maior clareza e transparência na contratação e no relacionamento consumidor-prestadora;
- b. facilitar a comparação objetiva entre Ofertas; e,
- c. promover a escolha consciente do consumidor.

As informações devem ser claras, precisas e redigidas em linguagem acessível e de fácil compreensão.

3.5.2. Conteúdo

A Etiqueta-Padrão é composta por dois conjuntos de informações:

- a. “Informações Básicas da Oferta”, que reúne as condições comerciais essenciais dos produtos e serviços que estão sendo divulgados ao público; e,
- b. “Resumo da Contratação”, que concentra os elementos específicos relacionados à contratação da Oferta realizada por um consumidor específico.

3.5.3. Informações Básicas da Oferta

As “Informações Básicas da Oferta” são agrupadas e ordenadas em três seções:

- a. “Identificação”;
- b. “Serviços”; e,
- c. “Preços e Condições”.

No caso de Ofertas Conjuntas, cada um dos serviços ofertados terá seu módulo de informações complementares na seção correspondente.

No caso de [Ofertas de contratação e atendimento exclusivamente por meio digital](#), o rol de informações constante do art. 24, §3º, deverá estar explicitado de maneira destacada, preferencialmente em *box* com fundo de cor diferente dos demais.

O conteúdo mínimo de cada seção segue ao disposto na Tabela I, anexa ao presente Capítulo.

3.5.4. Resumo da Contratação

O “Resumo da Contratação” reúne as principais informações da contratação realizada por um consumidor específico, na forma da Tabela II, anexa ao presente Capítulo.

As informações constantes das “Informações Básicas da Oferta” devem ser adequadas às informações específicas da contratação realizada pelo consumidor.

Por exemplo, eventuais períodos de fidelização, indicados pela prestadora em meses nas “Informações Básicas da Oferta”, devem ser adequados ao período específico de fidelização do consumidor, citando-o data a data.

O Resumo da Contratação deve constar da Etiqueta entregue no momento da contratação (art. 42 do RGC/2023) e no caso de eventuais solicitações posteriores do consumidor de cópia dos documentos de contratação.

Caso o instrumento de contratação traga, de maneira destacada, em seu início, o conjunto completo de informações constante da Tabela II anexa ao presente Capítulo, a prestadora poderá entregar Etiqueta-Padrão contendo apenas as “Informações Básicas da Oferta”.

3.5.5. Aspectos Visuais

A apresentação visual e o design da Etiqueta são flexíveis e podem ser personalizados pela prestadora, contanto que respeitados o conteúdo mínimo, a ordem das informações apresentadas nas tabelas, a estruturação básica da Etiqueta constante deste Manual, a legibilidade e o destaque necessário aos itens.

As informações referentes à preços, franquias e velocidades deverão estar destacadas em relação ao restante do texto.

A Etiqueta deve empregar regras de acessibilidade, especialmente o constante do art. 8º, I, do Regulamento Geral de Acessibilidade ou outro que venha a substituí-lo.

A Anatel elaborará manual de identidade visual da Etiqueta-Padrão, contendo aplicação sugerida da Etiqueta para as prestadoras. É desejável que o referido modelo seja seguido.

Caso a prestadora adote modelo diverso, a Agência Nacional de Telecomunicações poderá, de maneira fundamentada, determinar a aplicação do modelo conforme disposto no referido manual.

TABELA I – Regras de preenchimento dos campos da Etiqueta-Padrão

Seção: Identificação	
<i>Informações de identificação da prestadora e da Oferta</i>	
Cabeçalho	Texto “Informações Básicas da Oferta”.
Prestadora	Identificação da prestadora, podendo ser utilizadas marca, logotipo e/ou razão social.
Nome Comercial da Oferta	Nome comercial da Oferta.
Aviso de Oferta Exclusivamente Digital	Informar, próximo ao nome comercial, que se trata de Oferta de contratação e atendimento exclusivamente por meio digital, sem possibilidade de acesso a canais de atendimento telefônico, explicitando tal limitação e a existência de meios alternativos de atendimento, nos casos de indisponibilidade. Este bloco de informação, caso aplicável à Oferta, deve ter destaque em relação aos demais campos.
Prazo de Vigência do Contrato	Prazo de Vigência (art. 26 do RGC/2023).
Prazo de Comercialização	Início e período durante o qual a Oferta estará disponível para contratação.
Abrangência da Oferta	Abrangência geográfica da Oferta.
Código de Identificação	Código de Identificação da Oferta (art. 21, § 2º, do RGC/2023).
Seção: Serviços	
<i>Informações técnicas e de composição/conteúdo de cada um dos serviços. Em caso de ofertas conjuntas, cada um dos serviços terá seu próprio módulo de informações.</i>	
Para todos os serviços de telecomunicações	
Tecnologia	Tecnologia(s) utilizada(s) na prestação do serviço, podendo haver remissão para um site que indique mapa de cobertura ou outras limitações
Recomendações de Uso	Texto informativo com orientações aos consumidores, que associa as condições essenciais da Oferta a diferentes perfis de consumo e prevê informações técnicas (ex.: latência, velocidade no SMP etc) ou remissão a página com elementos de educação para o consumo sobre o uso de serviços de telecomunicações mantida pela prestadora onde essas informações possam ser encontradas.
Serviços Adicionais	Serviços adicionais incluídos na Oferta e suas condições, se for o caso.

SCM – Serviço de Comunicação Multimídia	
Velocidade	Velocidades de conexão, tanto de download quanto de upload
Franquia	Franquia de dados (por período), caso aplicável, e impacto para o serviço com o seu esgotamento.
SeAC – Serviço de Acesso Condicionado	
Canais/pacotes	Lista de canais e/ou pacotes de programação incluídos na Oferta, em ordem alfabética, podendo a lista ser separada por categoria de canais (filmes, esportes, infantil etc.)
Equipamentos	Informações sobre as capacidades do(s) equipamento(s) disponibilizado(s) ao consumidor (tais como: FullHD, 4K, gravador digital de programação etc.), se for o caso.
Adicionais	Informações sobre pontos adicionais de instalação, disponibilidade de meios adicionais para o acesso ao mesmo conteúdo, ou parte dele (tais como: portal web, aplicativo etc.), e outros elementos que componham as principais condições da Oferta.
SMP – Serviço Móvel Pessoal	
Franquia	Franquia de dados (por período) e impacto para o serviço com o seu esgotamento.
Dispositivos Recomendados	Dispositivos recomendados de acesso, ou compatíveis com a tecnologia utilizada na Oferta (por exemplo, <i>smartphones</i> , <i>modems</i> , <i>tablets</i> , embarcados, IoT etc.), caso haja alguma limitação.
Ligações	Informações sobre chamadas de voz e franquia de ligações.
Mensagens de Texto	Informações sobre mensagens de texto e franquia de mensagens.
<i>Roaming</i>	Informações sobre o <i>roaming</i> e suas condições, se for o caso.
Uso Internacional	Informações sobre o uso internacional e suas condições, se for o caso.
Aplicativos Incluídos	Aplicativos incluídos na Oferta e suas condições, se for o caso.
STFC – Serviço Telefônico Fixo Comutado	
Ligações	Informações sobre chamadas de voz e franquia de ligações.
Adicionais	Informações sobre pontos adicionais de instalação, funcionalidade e utilidades (tais como secretária eletrônica, identificador de chamadas, serviço de encaminhamento de chamadas etc.).
Seção: Preços e Condições	
<i>Informações de precificação e condições contratuais diversas</i>	
Conforme o serviço/modalidade, se for o caso	
Taxas e Adicionais	Informações sobre taxas (para instalação e manutenção, ou disponibilização de serviços e equipamentos, por exemplo) e valores adicionais diversos (fornecimento de SIM Card, habilitação de <i>roaming</i> internacional etc.), se for o caso.
Informações de Validade de Créditos e/ou Recarga	Informações sobre a validade, valores e condições do uso e da recarga de créditos, se for o caso.
Fidelização	Informações sobre valores, condições e prazos de fidelização e as vantagens para o consumidor dela decorrentes, se houver fidelização.
Multa por Rescisão Antecipada	Multa por rescisão antecipada (quebra de fidelização), se for o caso. Este bloco de informação, caso aplicável à Oferta, deve ter destaque em relação aos demais campos.

Preços Individuais dos Serviços da Oferta Conjunta	Preços individuais dos serviços que compõem a Oferta Conjunta e as vantagens, para o consumidor, da contratação combinada, se houver contratação conjunta. Deve incluir informações sobre eventuais serviços de valor adicionado comercializados.
Em todas as Etiquetas-Padrão	
Modalidade de Contratação	Informações sobre a modalidade de contratação e suas condições (tais como modalidade de pagamento etc.).
Critérios de reajuste	Critérios e condições de reajuste (datas, índices etc.).
Condições de pagamento	Condições de pagamento (meios de pagamento, opções para vencimentos, bonificações por débito automático, descontos por pontualidade etc.).
Preço	Preço da Oferta, que corresponde ao valor do contrato e sua periodicidade, sem descontos de natureza temporária ou eventual. Este bloco de informação deve ter destaque em relação aos demais campos.
Educação para o Consumo	Informação de que esclarecimentos sobre o conteúdo da Etiqueta podem ser encontrados no site http://gov.br/anatel/etiqueta no qual é possível obter informações sobre a Etiqueta-Padrão, como comparar ofertas, prestadoras e sobre os direitos dos consumidores dos serviços de telecomunicações. Deve constar do bloco de informação <i>QR Code</i> apontando para a referida página. Se exibida em meio digital, o <i>link</i> deve estar habilitado para abrir a página do manual em uma nova janela.
Canais de Venda/Atendimento e Fineprint	Informações sobre canais de venda/atendimento e de Ouvidoria. Explicitar limitações das Ofertas de contratação e atendimento exclusivamente por meio digital. O espaço também pode ser utilizado para <i>fineprint</i> e outras observações da prestadora.

TABELA II – Informações a serem acrescentadas à Etiqueta-Padrão após a contratação

Resumo da Contratação	
<i>Informações a serem acrescentadas à Etiqueta-Padrão entregue ao consumidor</i>	
Oferta Contratada	Código Único da Oferta, titular e dependentes/adicionais, data da contratação, vigência da contratação e período de fidelização de cada um dos serviços.
Canais de Atendimento	Informações sobre os canais de atendimento disponíveis e seus horários e condições de funcionamento. Informações sobre a Ouvidoria da prestadora. Opcionalmente, é desejável que seja informado o ponto de Atendimento Presencial mais próximo da residência do consumidor, se disponível.
Instalação e Equipamentos	Informações sobre locais e condições de instalação, recursos de numeração e outras informações relevantes
Preços e Condições	Forma escolhida para pagamento, data de vencimento, datas e reajustes aplicáveis e valor da multa por rescisão antecipada (na forma valor/período – por exemplo, R\$ XX reais por mês restante de fidelização), conforme o caso. Além disso, deve-se indicar as informações de gratuidade específicas das Ofertas para contratação e atendimento exclusivamente por meio digital.

3.6. Ofertas com contratação e atendimento exclusivamente digitais

Dispositivo Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 24. É facultada à Prestadora a comercialização de Ofertas que prevejam a contratação e o atendimento exclusivamente por meio digital.

§ 1º A Oferta descrita no caput deverá prever canal alternativo para contato com a Prestadora em caso de indisponibilidade do serviço.

§ 2º A Prestadora não poderá cobrar pela disponibilização, por meio eletrônico, do documento de cobrança e do relatório detalhado.

§ 3º O contrato de prestação de serviço e a Etiqueta Padrão correspondente à Oferta descrita no caput deverão informar sobre:

- I - o canal alternativo para contato com a Prestadora previsto no § 1º;
- II - a vedação prevista no § 2º; e,
- III - os canais de acesso à Ouvidoria da Prestadora, nos moldes estabelecidos neste Regulamento e no Manual das Ouvidorias.

§ 4º As regras do Atendimento por Meio Digital aplicam-se em sua integralidade à Oferta prevista no caput.

3.6.1. Requisitos

A prestadora somente poderá comercializar Ofertas com Contratação e Atendimento Exclusivamente por Meio Digital após a implantação de todas as disposições do Capítulo [“Formato de Protocolo e Rastreabilidade de Demandas”](#) deste Manual Operacional.

Em relação às Prestadoras de Pequeno Porte, se optarem por comercializar Oferta com Contratação e Atendimento Exclusivamente por Meio Digital, devem atender aos artigos 7º, 9º, inciso I, 13, 14, e 24, sendo desejável cumprir o Capítulo [“Formato de Protocolo e Rastreabilidade de Demandas”](#) deste Manual Operacional integralmente.

3.6.2. Contratação

Não será permitida a contratação de Ofertas previstas no art. 24 do RGC por meio de atendimento telefônico ou presencial. Para essas Ofertas, as contratações deverão ser realizadas exclusivamente por meio de canais digitais.

O processo de contratação deverá contemplar a geração ou a confirmação de login e senha para acesso ao atendimento por meio digital, devendo a confirmação da contratação ser em ambiente logado.

A prestadora deverá manter registros que comprovem que a contratação se deu por meio de canais digitais.

Ao realizar a contratação desse tipo de Oferta, a informação de que o atendimento se dará exclusivamente por meio de canais digitais deve estar destacada e o consumidor deverá confirmar que está ciente dessa característica.

No fim da vigência de Oferta que não se enquadre como ‘Oferta com Atendimento Exclusivamente por Meio Digital’, caso o consumidor não se manifeste sobre a adesão a uma nova Oferta, a prestadora não poderá migrá-lo automaticamente para “Oferta com Contratação e Atendimento Exclusivamente por Meio Digital”.

3.6.3. Atendimento

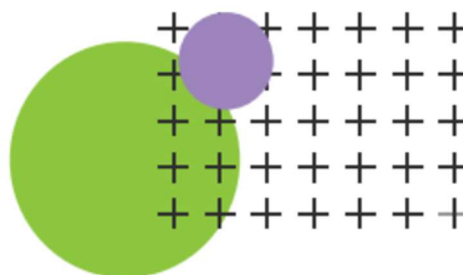
Para essas Ofertas, a prestadora deve indicar um canal digital principal no qual o consumidor disponha de todas as funcionalidades que permitam sua jornada completa nesse canal, além da possibilidade de registro e tratamento de quaisquer demandas. Este canal principal de atendimento deverá constar da [Etiqueta-Padrão](#).

Deve-se indicar canal alternativo para utilização pelo consumidor em casos de indisponibilidade do canal e/ou do serviço que prejudique o atendimento pelo meio digital ou do canal digital principal. No entanto, o acompanhamento da demanda deve ser mantido dentro do ambiente digital, conforme as disposições do Capítulo [“Formato de Protocolo e Rastreabilidade de Demandas”](#) deste Manual Operacional.

Caso o consumidor procure atendimento telefônico ou presencial, a prestadora deverá acolhê-lo no atendimento e orientá-lo a buscar o atendimento digital, informando os canais disponíveis e como acessá-los, salvo nas situações em que seja necessário o uso de canais alternativos de atendimento (art. 24, §1º), ou, a seu critério, atendê-lo, sem prejuízo de que esse consumidor recorra à Ouvidoria (art. 87, §1º).

Caso o principal canal de atendimento digital indicado pela prestadora na Etiqueta da Oferta seja na página da prestadora na Internet, a interface deve ser adaptável para aparelhos móveis.

A Ouvidoria é acessível a todos, inclusive aos contratantes de “Oferta com Contratação e Atendimento Exclusivamente por Meio Digital”.



3.7. Reajuste de Preços

Dispositivos Regulamentados (RGC/2023)	<p>Art. 39. Os reajustes dos valores das tarifas ou preços cobrados pelos serviços de telecomunicações não poderão ser realizados em prazos inferiores a 12 (doze) meses contados da data da contratação da Oferta pelo Consumidor. (redução de texto pelo Acórdão nº 389, de 24 de dezembro de 2024)</p> <p>§ 1º (Anulado pelo Acórdão nº 389, de 24 de dezembro de 2024)</p> <p>§ 2º Excetuam-se da disposição do caput os reajustes das Ofertas de Plano Básicas, do Plano Alternativo de Serviço de Oferta Obrigatória – PASOO e do Serviço de Acesso Individual Classe Especial – AICE do Serviço Telefônico Fixo Comutado.</p> <p>§ 3º O Grupo de Implantação disporá sobre o cumprimento das determinações contidas no parágrafo único do art. 3º da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, relativas à divulgação, pela Prestadora, do valor das tarifas e preços praticados e a evolução dos reajustes realizados nos últimos 5 (cinco) anos.</p>
Dispositivos Regulamentados (LGT)	<p>Art. 3º O usuário de serviços de telecomunicações tem direito:</p> <p>(...)</p> <p>IV – à informação adequada sobre as condições de prestação dos serviços, suas tarifas e preços;</p> <p>(...)</p> <p>Parágrafo único. Para o cumprimento do disposto no inciso IV do caput deste artigo, a prestadora de serviço deverá divulgar em seu sítio eletrônico, de forma clara e de fácil compreensão pelos usuários, tabela com o valor das tarifas e preços praticados e a evolução dos reajustes realizados nos últimos cinco anos.</p>

3.7.1. Regras Gerais

O reajuste do valor da Oferta não pode ocorrer em prazo inferior a 12 (doze) meses.

O consumidor tem direito à informação adequada e clara sobre os critérios e a periodicidade do reajuste, que devem estar definidos nos termos do art. 54, § 3º, da Lei nº 8.078, de 1990, no contrato e na Etiqueta Padrão, com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

Para os contratos que tenham reajuste com data-base não coincidente com a data da contratação, deverá ser dada ciência específica do consumidor, antes da contratação, quanto a data de reajuste em campo destacado e redigido de maneira clara e em linguagem simples:

- a) nas contratações por atendimento telefônico, pela apresentação das informações sobre o reajuste ao consumidor;
- b) nas contratações realizadas presencialmente, pela apresentação ao consumidor, do item específico no contrato que trate do reajuste; ou,
- c) nas contratações por meio digital, antes da celebração do contrato por mecanismo que demande uma ação efetiva do consumidor (*checkboxes, radio buttons* etc), devendo a omissão do consumidor implicar na não continuidade na celebração do contrato.

O reajuste dos serviços que compõem uma “Oferta de serviços prestados em conjunto” (combo) deve ser realizado em data única.

A prestadora pode optar pela realização de reajuste de contratos com prazo superior a 12 meses, indicando o período considerado e o índice de reajuste, ficando a data-base vinculada à data do último reajuste.

3.7.2. Base de incidência

O reajuste deve incidir sobre o preço da Oferta, sem descontos de natureza temporária ou eventual.

3.7.3. Índice de Reajuste

O índice a ser utilizado para o reajuste deve estar previsto no contrato.

3.7.4. Reajuste a partir da data da contratação

O reajuste pode ser realizado para cada contrato, desde que obedecido o prazo mínimo de 12 meses entre a contratação e a data do reajuste, bem como entre um reajuste e outro.

3.7.5. Reajuste a partir de data-base

Observado o disposto no art. 2º, caput e §§ 1º e 2º, da Lei nº 10.192/2001, a prestadora pode estabelecer uma data-base para a correção do valor do contrato, desde que o prazo mínimo de reajuste seja de 12 (doze) meses.

3.7.6. Informações de valores das ofertas e seus reajustes nos últimos 5 anos

Como forma de atender a obrigação prevista no parágrafo único do art. 3º da LGT, as operadoras devem divulgar no [Repositório de Ofertas](#) de que trata o art. 22 do RGC/2023, duas tabelas, contendo:

- a) os valores de tarifas e preços praticados nas Ofertas vigentes (enquanto ainda existirem consumidores vinculados à Oferta); e,
- b) a evolução dos reajustes (apresentação mensal de índice acumulado por 12 meses) efetuados nos últimos 5 (cinco) anos.

Para as prestadoras que possuam a obrigação de implementação do Repositório de Ofertas, conforme art. 22 do RGC/2023, faculta-se a inclusão das tabelas no mesmo local do Repositório de Ofertas.

O *link* para a Tabela ou para o Repositório de Ofertas deve constar da primeira página da prestadora na Internet.

3.7.7. Regras de Transição

O disposto no art. 39 se aplica às Ofertas registradas no [sistema](#) que trata o art. 21 do RGC/23, a partir de sua entrada em vigor, com exceção das PPPs. As Ofertas comercializadas até 31 de agosto de 2025 devem observar o art. 65 do RGC/2014 até o fim de seu prazo de vigência, ou, em caso de vigência indeterminada, devem ser extintos até 31 de dezembro de 2026 (Acórdão nº 228, de 28 de agosto de 2024).

Para as Ofertas anteriores à entrada em vigor do art. 39, parágrafo 3º, as Tabelas devem continuar sendo divulgadas conforme o disposto no art. 3º, parágrafo único, da Lei Geral de Telecomunicações.

3.8. Chamadas publicitárias ou para oferecimento de serviços e produtos aos consumidores

Dispositivos Regulamentados

(RGC/2023)

Art. 43. As Prestadoras deverão observar o seguinte ao realizar chamadas publicitárias ou para oferecimento de serviços e produtos aos Consumidores:

I – respeitar o horário comercial;

II – observar número razoável de ligações destinadas a cada Consumidor; e,

III – dar tratamento adequado às reclamações relacionadas a chamadas indesejadas.

§ 1º Os contratos de prestação de serviço, incluindo os digitais, deverão conter cláusula que permita ao Consumidor optar pelo não recebimento de chamadas de telemarketing pela Prestadora contratada.

§ 2º As Prestadoras deverão divulgar em destaque, em sua página inicial na internet e por todos os canais disponíveis para a contratação de serviço, as plataformas existentes para manifestação do Consumidor quanto ao não recebimento de chamadas de telemarketing.

§ 3º É vedada a realização das chamadas previstas no caput para códigos de acesso de Consumidores que, por meio de plataformas específicas, optarem por seu não recebimento.

§ 4º O Grupo de Implantação acompanhará a efetivação do disposto neste artigo.

3.8.1. Horários e quantidade de chamadas publicitárias ou para oferecimento de serviços e produtos (art. 43, incisos I e II)

As prestadoras de serviços de telecomunicações deverão observar o seguinte:

- a) não realização de ligações em domingos e feriados nacionais;
- b) não realização de ligações de modo insistente, limitadas assim a 2 (duas) chamadas por dia e a 15 (quinze) chamadas por mês para o mesmo código de acesso, devendo respeitar a vontade do consumidor sempre que este manifestar a sua contrariedade quanto ao recebimento de chamadas publicitárias, encerrando a ligação imediatamente, não retornando mais as chamadas;
- c) respeitar os horários previstos no [Código de Práticas de Atendimento](#), nos termos do art. 12 do RGC;
- d) o consumidor poderá manifestar a sua contrariedade quanto ao recebimento de chamadas publicitárias da operadora por qualquer meio, inclusive digital, cabendo à empresa a interrupção de chamadas publicitárias.

Para efeito da quantidade de chamadas, consideram-se aquelas efetuadas pela prestadora e recebidas pelo consumidor em um mesmo terminal, assim compreendidas como:

- a) chamadas atendidas pelo consumidor;
- b) chamadas não atendidas pelo consumidor;
- c) chamadas recebidas no terminal de acesso, mas recusadas, inclusive aquelas endereçadas à caixa postal.

3.8.2. Opção do consumidor pelo não recebimento de chamadas publicitárias no momento da contratação (art. 43, § 1º)

O consumidor deve ser informado em destaque sobre a possibilidade da opção de não receber chamadas publicitárias ou para oferecimento de serviços e produtos no momento da contratação, de modo adequado ao meio em que a contratação está sendo realizada (aviso do atendente ou alerta em meio digital), e que poderá alterar a sua opção a qualquer tempo durante a fruição dos serviços.

No momento da contratação o consumidor deverá optar expressamente pelo recebimento ou não de chamadas publicitárias, independentemente do canal utilizado.

É vedada a inserção de cláusula de anuência tácita para recebimento de chamadas publicitárias ou para oferecimento de serviços e produtos nos contratos de adesão.

Será criado um Grupo de Trabalho, sob a coordenação da Anatel, com o objetivo de, no prazo de 6 (seis) meses, integrar as prestadoras de telecomunicações em plataforma setorial para o registro de consumidores que optarem por não receber chamadas publicitárias ou para oferecimento de serviços.



3.9. Mensagens de cunho publicitário

Dispositivos Regulamentados (RGC/2023)	Art. 4º O Consumidor dos serviços cuja prestação está sujeita a este Regulamento tem direito, sem prejuízo do disposto na legislação aplicável: (...) XIX - ao não recebimento de mensagem de cunho publicitário ou com o objetivo de vender serviços ou produtos das Prestadoras de serviços de telecomunicações, salvo consentimento prévio, livre e expresso.
--	---

3.9.1. Regras Gerais

As prestadoras de serviços de telecomunicações podem enviar suas próprias mensagens de cunho publicitário de seus produtos e serviços, devendo sempre assegurar que os destinatários tenham consentido previamente em receber mensagens dessa natureza, sejam eles seus consumidores ou não.

O consentimento prévio também é necessário quando terceiros contratam o envio de mensagens de cunho publicitário para a base de assinantes da prestadora (situação distinta da hipótese em que terceiro contrata uma quantidade de SMS para envio a uma lista de propriedade do terceiro).

É vedada a inclusão de cláusulas de anuência tácita em receber mensagens de cunho publicitário no contrato de prestação de serviço.

Deverá ser admitido ao consumidor, a qualquer tempo, alterar a sua opção pelo recebimento ou não de mensagens publicitárias.

Este dispositivo não se dirige a chamadas de operadores de telemarketing.

As prestadoras poderão utilizar a mesma base de consentimento para chamadas publicitárias para mensagens de cunho publicitário. Para tanto, a cláusula de adesão deverá ser explícita que se trata de chamadas e mensagens publicitárias.

3.10. Comparação de Ofertas por terceiros

Dispositivos Regulamentados

(RGC/2023)

Art. 32 As Prestadoras deverão disponibilizar, gratuitamente e a qualquer interessado, as informações relativas às Ofertas de serviços de telecomunicações necessárias à atividade de comparação, na forma definida pela Anatel.

3.10.1. Regras Gerais

A disponibilização de informações atualizadas sobre as ofertas de serviços de telecomunicações em comercialização de que trata o art. 32 deverá ocorrer, ao menos, no mesmo formato do arquivo de texto utilizado para carga de dados no Sistema de Registro de Ofertas (RGC, art. 21), seguindo o Manual Técnico elaborado pela Agência quanto à formatação do referido artigo em *JavaScript Object Notation* (JSON).

O Manual disponibilizado pela Agência pode ser disponibilizado aos interessados.

A prestadora deverá manter de forma clara e em local de fácil acesso em seu site orientações para os interessados no estabelecimento de ferramentas de comparação, inclusive com informações sobre a possibilidade de uso da marca e eventuais condições para tanto.

As possibilidades e condições para uso da marca devem ser não discriminatórias entre os interessados na manutenção de ferramentas de comparação e não devem inviabilizar a sua utilização junto a marcas de empresas concorrentes ou impactar no uso legítimo e razoável para a comparação de ofertas.

3.10.2. Boa Prática

É boa prática a disponibilização de Interface de Programação de Aplicação (APIs) ou outros mecanismos técnicos para a disponibilização de informações atualizadas mediante requisição dos interessados.

3.11. Migração e renovação automática

Dispositivos Regulamentados

(RGC/2023)

Art. 28 Todas as Ofertas que estejam dentro do Prazo de Comercialização deverão estar disponíveis para contratação por todos os interessados, sem distinção fundada na data de adesão, rescisão de Oferta anterior ou qualquer outra forma de discriminação dentro da área de abrangência da Oferta.

§ 1º O disposto no caput aplica-se, inclusive, àqueles Consumidores que já se encontram vinculados à Prestadora.

§ 2º O Consumidor já vinculado à Prestadora poderá contratar nova Oferta, mesmo que essa represente redução no valor pago pelo serviço ou nas condições por ele anteriormente contratadas.

§ 3º A adesão à nova Oferta não isenta o Consumidor dos ônus advindos de eventual Prazo de Permanência não cumprido.

Art. 31 As Prestadoras deverão comunicar ao Consumidor, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, preferencialmente por meio eletrônico, entre outros:

I - a extinção de Oferta com Prazo de Vigência indeterminado;

II - o término do Prazo de Vigência determinado da Oferta;

III - o término do Prazo de Permanência;

IV - os reajustes que passarão a vigorar; e,

V - a alteração da lista de canais disponibilizados na Oferta contratada de SeAC, nos casos previstos no art. 23.

§ 1º As comunicações relacionadas aos incisos I e II deverão alertar o Consumidor sobre a necessidade de adesão a uma nova Oferta e as consequências de não a fazer no prazo estabelecido.

§ 2º (Anulado pelo Acórdão nº 389, de 24 de dezembro de 2024.)

§ 3º Quando da extinção ou término do Prazo de Vigência da Oferta na Forma de Pagamento Pré-Paga, a Prestadora deverá garantir ao Consumidor, até a rescisão do contrato, a manutenção de seu crédito para utilização em uma nova Oferta na Forma de Pagamento Pré-Paga da mesma Prestadora.

Art. 36 A Oferta poderá prever Prazo de Permanência de no máximo 12 (doze) meses, durante o qual o Consumidor se comprometerá a permanecer a ela vinculado, em contrapartida a um benefício concedido pela Prestadora.

§ 1º O tempo máximo previsto no caput poderá ser superior para Consumidor pessoa jurídica.

§ 2º É vedada a renovação automática de Oferta com Prazo de Permanência.

Art. 40 A prestação dos serviços de telecomunicações deverá ser precedida da adesão, pelo Consumidor, a uma Oferta formalizada por meio de um contrato de prestação de serviços contendo as condições previstas no § 3º do art. 21, bem como as seguintes informações, quando for o caso:

I - o número do código de identificação único da Oferta

II - os prazos para instalação, reparo e mudança de endereço, observado o disposto no § 1º do art. 10;

III - os requisitos relativos à rede interna do assinante;

IV - a descrição do procedimento para a mudança de endereço de instalação;

V - os canais de atendimento ao Consumidor;

VI - a descrição dos procedimentos de contestação de débitos, suspensão dos serviços a pedido e rescisão do contrato de prestação de serviço a pedido ou por inadimplência e falta de crédito; VII - as condições de alteração do(s) código(s) de acesso;

VIII - as condições de fruição e eventuais restrições à utilização do(s) serviço(s);

IX - as facilidades e comodidades incluídas; e,

X - a possibilidade de migração do Consumidor para outra Oferta em caso de ausência de sua manifestação ao fim do Prazo de Vigência da Oferta contratada, nos termos dos §§ 2º e 3º do art. 31.

3.11.1. Regras Gerais

Ao fim do período de vigência do contrato, é lícita a migração de consumidor para outra oferta ou renovação automática da oferta contratada, desde que cumpridos cumulativamente os seguintes requisitos:

- a) haja previsão contratual, nos termos do art. 40, X, do RGC/2023, para a qual o consumidor tenha dado sua anuência após um processo de escolha com mais obstáculos, de forma que a confirmação se transforme em instrumento que lhe permita refletir sobre as suas consequências, especialmente as de caráter financeiro, para os casos em que ocorra renovação da fidelização;
- b) o consumidor seja notificado do fim da vigência do contrato, nos termos do art. 31 do RGC/2023 e deste Manual Operacional; e,
- c) o consumidor não se manifeste em resposta à notificação, até o fim da vigência do contrato.

Cumpridos os requisitos do parágrafo anterior:

- a) **Renovação Automática:** caso a oferta contratada por prazo determinado pelo consumidor ainda esteja em comercialização, o contrato deve ter sua vigência prorrogada sem nova exigência de prazo de permanência, salvo anuência específica para a renovação com prazo de permanência; ou
- b) **Migração Automática:** caso a oferta contratada pelo consumidor não seja mais comercializada, a migração deve ocorrer para oferta sem prazo de permanência similar à oferta extinta quanto às suas características, inclusive de preço, observados os arts. 39 e 54 do Código de Defesa do Consumidor.

As regras de migração automática previstas neste Capítulo não devem ser aplicadas:

- a) caso exista manifestação expressa do consumidor de adesão a uma nova oferta escolhida por ele durante o prazo fixado; ou,
- b) no caso do parágrafo único do art. 27 do RGC/2023, para os consumidores que tenham contratos vigentes há menos de 12 (doze) meses.

Quando da migração, a prestadora deverá apresentar ao consumidor os documentos constantes do art. 42 do RGC/2023.

Quando da renovação, a prestadora deverá indicar ao consumidor onde estão disponibilizados os documentos previstos no art. 42 do RGC/2023.

No fim da vigência de Oferta que não se enquadre como “oferta com contratação e atendimento exclusivamente por meio digital”, caso o consumidor não se manifeste sobre a adesão a uma nova Oferta, a prestadora não poderá migrá-lo automaticamente para “oferta com contratação e atendimento exclusivamente por meio digital”.

3.11.2. Disposições contratuais e anuência do consumidor

Para que ocorra a migração automática ou a renovação, nos termos do art. 40, X, do RGC/2023, o contrato deve prever a possibilidade de renovação ou de migração do consumidor para outra Oferta em caso de ausência de sua manifestação ao fim do prazo de vigência da Oferta contratada ou a prorrogação do contrato, acaso a oferta ainda esteja em comercialização, sendo vedada qualquer alteração nas condições originais que represente vantagem manifestamente excessiva.

A cláusula com essa previsão deverá estar destacada e ser escrita em linguagem simples, com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor, observando ainda as disposições do art. 54 do CDC, indicando a possibilidade de o consumidor não aderir à dinâmica de renovação e migração automática.

Nas contratações por meio digital, a ciência será dada antes da celebração do contrato por mecanismo que demande uma ação efetiva do consumidor (*checkboxes, radio buttons* etc.), devendo a omissão do consumidor implicar na não continuidade da contratação, sendo nula qualquer pré-seleção automática da opção de aceite.

A qualquer momento, inclusive durante a contratação, deve ser assegurada a possibilidade de *opt out* do consumidor quanto à dinâmica de renovação automática caso incorra em renovação de fidelização.

3.11.3. Notificação do art. 31 do RGC

Para os casos de migração ou renovação automática, a notificação do art. 31 do RGC/2023 deve ocorrer ao menos por dois meios de comunicação que assegurem a ciência do interessado, entre 60 (sessenta) e 30 (trinta) dias antes do fim da vigência do contrato, com as seguintes informações:

- a) sobre a iminência do encerramento da vigência do contrato atual e sobre a necessidade de adesão a uma nova oferta por meio dos canais de atendimento da prestadora;
- b) que a ausência de manifestação implicará na adesão a uma nova oferta ou à prorrogação do contrato vigente, conforme o caso;
- c) em caso de migração, deverá ser indicada ao menos as características e código de identificação único da oferta escolhida pela prestadora, bem como de canal para maiores informações.

Para as ofertas que ainda não estejam em comercialização e que ainda não tenham código disponível, deverão ser informadas as características da oferta e, posteriormente, tão logo disponível, deverá ser enviado o código de identificação único para o consumidor.

É desejável que a notificação encaminhada por e-mail contenha a comparação entre a oferta atual e a nova oferta para a qual o consumidor será migrado.

3.11.4. Prestadoras de Pequeno Porte

Para as PPPs, considerando a não aplicabilidade do art. 31 ao referido grupo de empresas, nos termos do art. 90 do RGC/2023, a notificação ao consumidor deve assegurar prévio conhecimento e informação adequada ao consumidor, nos termos do art. 4º, V, do RGC/2023, sendo uma boa prática a observância das regras de notificação apresentadas neste capítulo.

3.12. Conceito de Oferta Principal e Oferta Acessória

Dispositivos Regulamentados (RGC/2023)	<p>Art. 3º Para fins deste Regulamento, aplicam-se as seguintes definições, além de outras adotadas pela legislação e pela regulamentação: (...) X - Oferta: condições que definem as características de preço, acesso e fruição do(s) serviço(s) de telecomunicações, prestado(s) de forma individual ou conjunta no mercado de varejo; (...)</p> <hr/> <p>Art. 21 Toda Oferta de serviços de telecomunicações deverá ser registrada em sistema da Anatel antes de sua comercialização.</p>
--	--

3.12.1. Regras Gerais

Nos termos do art. 3º, X, do RGC/2023, Oferta Principal é aquela voltada à comercialização, por um preço determinado, de serviço de telecomunicações prestado de forma individual ou em conjunto com outros serviços de telecomunicações, com eventuais funcionalidades, serviços de valor adicionado e/ou com facilidades adicionais que não são inerentes ao serviço.

A Oferta Principal, incluindo suas funcionalidades, serviços de valor adicionado e facilidades adicionais, acaso existentes, deve ser registrada no Sistema de Registro de Ofertas de que trata o art. 21 do RGC/2023.

Quaisquer outras funcionalidades, serviços de valor adicionado e facilidades adicionais que não são inerentes ao serviço comercializados de forma individualizada pelas prestadoras de serviços de telecomunicações são considerados Ofertas Acessórias.

A Oferta Acessória:

- a) deve seguir as demais regras aplicáveis às Ofertas Principais, a exemplo de rastreabilidade da contratação e de informações claras nos documentos de cobrança, com exceção de sua inclusão no sistema de registro de ofertas (art. 21, caput), da necessidade de atribuição de código de identificação único (art. 21, § 2º), da necessidade de disponibilização de Etiqueta Padrão (art. 22, II, e art. 42, I) e de constar no histórico de reajustes (art. 39, § 3º);
- b) não deve ser discriminatória, nos termos do art. 28, sendo acessível a qualquer Oferta Principal compatível, sendo possível o estabelecimento de critérios claros e objetivos de elegibilidade da oferta acessória;
- c) deve poder ser contratada e cancelada a qualquer momento;
- d) não deve implicar em obrigação de permanência ou extensão do prazo de permanência da Oferta Principal;
- e) poderá prever prazo de permanência, nos termos dos arts. 36 a 38 do RGC/2023;
- f) não deve afetar as características da Oferta Principal, a exemplo de preço, velocidade, franquia e vigência;
- g) pode ser mantida enquanto vigente uma oferta principal; e,
- h) não pode ser condição para a prestação da Oferta Principal.

É possível à Agência exercer a competência de que trata o art. 25 em relação às Ofertas Acessórias.

A Anatel poderá, a qualquer momento, solicitar às prestadoras o envio da lista de Ofertas Acessórias comercializadas pelas empresas ou estabelecer obrigação de envio periódico de informações sobre essas ofertas.

Em relação à alínea “g”, para os serviços de valor adicionado providos por terceiros, é possível a manutenção da Oferta Acessória após o encerramento da Oferta Principal caso o consumidor opte expressamente pela continuidade do provimento da oferta acessória quando da rescisão.

3.12.2. Regra de transição

As ofertas acessórias deverão estar listadas no repositório de ofertas previsto no art. 22 do RGC/2023 até 1º de junho de 2026.



3.13. Ofertas com formas de pagamento combinadas

**Dispositivos
Regulamentados**

(RGC/2023)

Art. 46 As formas de pagamento das Ofertas de serviços de telecomunicações podem ser classificadas em Pós-paga, Pré-paga ou uma combinação de ambas.

3.13.1. Ofertas com recorrência

É compatível com o RGC/2023 a oferta que tenha todas as seguintes características:

- a) Pagamento antecipado, configurando, nos termos do art. 46 do RGC/2023, forma de pagamento combinada com características preponderantes da forma de pagamento pré-paga;
- b) Prazo máximo de vigência mensal, sem prazo de permanência;
- c) Previsão no contrato de renovação automática da oferta, nos termos deste Manual Operacional, com recorrência máxima mensal de cobrança, no dia correspondente do mês seguinte ao dia da contratação;
- d) Possibilidade de o consumidor solicitar, a qualquer momento, a não renovação para o período subsequente (cancelamento), não se aplicando o art. 58 do RGC/2023 por se tratar de forma de pagamento combinada com características preponderantes da forma de pagamento pré-paga;
- e) A ausência de pagamento implica na não renovação da oferta, não gerando inadimplência; e,
- f) Reajustes de preço da oferta devem observar o art. 39 do RGC/2023.

É desejável a manutenção das condições da oferta com recorrência por, no mínimo, 12 (doze) meses do início da comercialização da oferta.

Para efeitos de fiscalização regulatória, a Agência observará, dentre outros elementos, se o mecanismo de recorrência da oferta previsto neste capítulo está sendo utilizado para a obtenção de vantagem manifestamente excessiva, inclusive de forma incremental.

4. COBRANÇA

4.1. Cobrança – Relatório Detalhado dos Serviços Prestados

Dispositivo Regulamentado (RGC/2023)	<p>Art. 47. A Prestadora deverá disponibilizar, no Atendimento por Meio Digital, relatório detalhado dos serviços e facilidades prestados, em ordem cronológica, a todos os seus Consumidores.</p> <p>§ 1º Mediante solicitação do Consumidor, a Prestadora deverá enviar o relatório detalhado por meio impresso.</p> <p>§ 2º O relatório detalhado deverá conter, quando aplicável, no mínimo, as seguintes informações: I – o número chamado ou do destino da mensagem; II – a Área de Registro ou localidade de origem e a Área de Registro ou localidade do terminal de destino da chamada ou da mensagem; III – a data e horário (hora, minuto e segundo) do início da chamada ou do envio da mensagem; IV – a duração do serviço considerada para fins de faturamento (hora, minuto e segundo); V – o volume diário de dados trafegados; VI – os limites estabelecidos por franquias e os excedidos; VII – as programações contratadas de forma avulsa e seu valor; VIII – o valor da chamada, da conexão de dados ou da mensagem enviada, explicitando os casos de variação horária; IX – a identificação discriminada de valores restituídos; X – o detalhamento de quaisquer outros valores que não decorram da prestação de serviços de telecomunicações; e, XI – os tributos detalhados, por serviços, na forma da Lei nº 12.741, de 8 de dezembro de 2012, ou outra que a substitua.</p> <p>§ 3º É vedada a inclusão das chamadas direcionadas ao disque-denúncia em relatório detalhado.</p> <p>§ 4º O relatório detalhado será gratuito, salvo nos casos de fornecimento de: I – segunda via impressa do mesmo relatório, quando comprovado o envio da primeira via ao Consumidor; e, II – relatório impresso referente ao serviço prestado há mais de 6 (seis) meses.</p> <p>§ 5º O Consumidor poderá solicitar o envio do relatório detalhado na forma impressa permanentemente, com periodicidade igual ou superior a 1 (um) mês, salvo nos casos de Oferta exclusivamente digital.</p>
--	---

4.1.1. Disque-Denúncia

No art. 47, §3º, o disque-denúncia refere-se ao código de acesso 181.

4.1.2. Informações do Relatório

As informações que devem compor o Relatório Detalhado (art. 47, §2º) referente a cada tipo de serviço estão enumeradas abaixo. No caso de Ofertas Conjuntas, devem constar no Relatório as informações definidas para cada serviço individualmente considerado.

Para o STFC, dos itens previstos no art. 47, §2º, devem constar no Relatório Detalhado:

- o número chamado;
- área de registro ou localidade do terminal de destino da chamada;
- a data e horário (hora, minuto e segundo) do início da chamada;
- a duração do serviço considerada para fins de faturamento (hora, minuto e segundo);
- os limites estabelecidos por franquias e os excedidos (apenas para ofertas limitadas por franquia);
- o valor da chamada, explicitando os casos de variação horária (apenas para ofertas limitadas por franquia);
- a identificação discriminada dos valores restituídos;
- o detalhamento de quaisquer outros valores que não decorram da prestação de serviços de telecomunicações;
- os tributos detalhados, por serviços, na forma da Lei nº 12.741/2012.

Para o SMP, dos itens previstos no art. 47, §2º, devem constar no Relatório Detalhado:

- o número chamado ou destino da mensagem;
- área de registro ou localidade de origem e área de registro ou localidade do terminal de destino da chamada ou da mensagem;
- a data e horário (hora, minuto e segundo) do início da chamada ou do envio da mensagem;
- a duração do serviço considerada para fins de faturamento (hora, minuto e segundo);
- o volume diário de dados trafegados;
- os limites estabelecidos por franquias e os excedidos;
- o valor da chamada ou da mensagem enviada, explicitando os casos de variação horária (apenas para ofertas limitadas por franquia);
- o valor da conexão de dados (apenas para ofertas em que haja cobrança por conexão de dados);
- a identificação discriminada dos valores restituídos;
- o detalhamento de quaisquer outros valores que não decorram da prestação de serviços de telecomunicações;
- os tributos detalhados, por serviços, na forma da Lei nº 12.741/2012.

Para o SCM, dos itens previstos no art. 47, §2º, devem constar no Relatório Detalhado:

- o volume diário de dados trafegados (apenas ofertas limitadas por franquia);
- os limites estabelecidos por franquias e os excedidos (apenas para ofertas limitadas por franquia);
- o valor da conexão de dados, explicitando os casos de variação horária (apenas para ofertas limitadas por franquia);

- a identificação discriminada dos valores restituídos;
- o detalhamento de quaisquer outros valores que não decorram da prestação de serviços de telecomunicações;
- os tributos detalhados, por serviços, na forma da Lei nº 12.741/2012.

Para o SeAC, dos itens previstos no art. 47, §2º, devem constar no Relatório Detalhado:

- as programações contratadas de forma avulsa e seu valor;
- a identificação discriminada dos valores restituídos;
- o detalhamento de quaisquer outros valores que não decorram da prestação de serviços de telecomunicações;
- os tributos detalhados, por serviços, na forma da Lei nº 12.741/2012.



4.2. Cobrança – Documento de Cobrança

Dispositivo	Art. 55. O documento de cobrança deverá conter, sempre que aplicável:
Regulamentado (RGC/2023)	I – a identificação do período que compreende a cobrança e o valor total de cada serviço e facilidades cobradas; II – a identificação do valor referente à instalação, ativação e reparos, quando sua cobrança for autorizada pela regulamentação; III – o número do Centro de Atendimento Telefônico da Prestadora que emitiu o documento; IV – o número da Central de Atendimento Telefônico da Anatel; V – a identificação de multas e juros aplicáveis em caso de inadimplência; VI – a identificação discriminada de valores restituídos; VII – a identificação dos valores referentes a acordo de parcelamento de débitos; VIII – detalhamento dos tributos, por serviço, na forma da Lei nº 12.741, de 2012, ou outra que a substitua; IX – a informação de que o relatório detalhado dos serviços prestados estará disponível no Atendimento por Meio Digital, e que poderá ser solicitado, por meio impresso, de forma permanente ou não, a critério do Consumidor; X – o código de identificação único da(s) Oferta(s) à(s) qual(is) o Consumidor está vinculado; XI – a comunicação sobre a existência de débito vencido; XII – a data do término do Prazo de Permanência, se houver; e, XIII – o perfil de consumo dos últimos 6 (seis) meses, independentemente da existência de franquia contratada nos serviços.

4.2.1. Regras Gerais

Além das disposições do art. 55, é desejável que o documento de cobrança informe a data da contratação da Oferta e a data prevista para o próximo reajuste.

Além do número do Centro de Atendimento Telefônico da Prestadora que emitiu o documento de cobrança, é facultado explicitar outros canais disponíveis para o atendimento.

A informação “data do término do prazo de permanência” é obrigatória. Caso o prazo de permanência já tenha se encerrado, a informação deverá ser mantida nos documentos de cobrança subsequentes ou substituída pela expressão: "Oferta sem fidelização (prazo de permanência)".

4.3. Cobrança Proporcional (pro rata)

Dispositivos	Art. 46. As formas de pagamento das Ofertas de serviços de telecomunicações podem ser classificadas em Pós-paga, Pré-paga ou uma combinação de ambas.
Regulamentados (RGC/2023)	Art. 58. Rescindido o contrato na Forma de Pagamento Pós-Paga, a cobrança será proporcional ao período durante o qual o serviço foi usufruído até o momento da rescisão. Parágrafo único. A regra prevista no caput aplica-se também no caso de cobrança antecipada.

4.3.1. Regras Gerais

As regras do RGC/2023 referentes a cancelamento, suspensão, ressarcimento e cobrança nas Ofertas de comportamento híbrido de forma de pagamento devem obedecer a dinâmica seguida pela forma de cobrança pós-paga, nos itens de cobrança classificados como pós-pago.

Na forma de pagamento pós-paga, a prestadora deve observar a cobrança proporcional aos dias de fruição menores que o ciclo de faturamento (dias de efetiva disponibilidade do serviço para o consumidor), conforme segue:

- a. Período que o consumidor não pôde efetivamente usufruir da Oferta após a contratação (quando a primeira mensalidade se refere a período faturado menor que 30 dias – seja em uma adesão inicial, seja em caso de mudança de oferta dentro da própria prestadora, inclusive para outra oferta de comportamento híbrido de forma de pagamento);
- b. Solicitação de rescisão contratual durante um ciclo de faturamento, sendo permitido, mediante solicitação expressa do consumidor, o agendamento de rescisão para data futura, que não pode ser superior ao final do ciclo de faturamento.

Em caso de mudança de oferta (ou evento de suspensão a pedido) que gere algum crédito ao consumidor, a devolução dos valores deverá se dar por abatimento na próxima fatura, por meio da concessão de crédito pré-pago ou nos termos dos capítulos que tratam da Devolução de Valores descritos no presente MORGC (devolução simples), conforme preferência do consumidor.

Em caso de rescisão contratual que gere algum crédito ao consumidor em razão de pagamento antecipado, a devolução dos valores deverá se dar nos termos dos capítulos que tratam da Devolução de Valores do presente Manual Operacional (devolução simples).

Em caso de rescisão contratual de ofertas com pagamento posterior, não sendo feita a cobrança proporcional ao período disponibilizado e o consumidor efetue o pagamento, a devolução do valor ocorrerá nos moldes do art. 64 do RGC/2023, observados os procedimentos descritos neste Manual Operacional.

4.4. Procedimento de devolução de valores pagos indevidamente ou em excesso pelo Consumidor

Dispositivo Regulamentado (RGC/2023)	<p>Art. 64. O Consumidor que efetuar o pagamento de quantia cobrada indevidamente terá direito à devolução de valor correspondente ao dobro do que foi pago em excesso, acrescido de correção monetária e juros de 1% (um por cento) ao mês, proporcional ao dia.</p> <p>§ 1º O índice de correção monetária aplicável para o cálculo da quantia a ser devolvida será o mesmo utilizado pela Prestadora para a cobrança de valores pagos em atraso pelo Consumidor.</p> <p>§ 2º Quando a Prestadora não comprove o índice de correção monetária utilizado em caso de atraso de pagamento previsto no contrato de prestação de serviços, será empregado, para o cálculo do valor a ser devolvido ao Consumidor, o índice definido em Portaria expedida pela Superintendência responsável pelo acompanhamento da obrigação descrita no caput.</p> <p>§ 3º Caberá ao Grupo de Implantação definir a operacionalização do procedimento de devolução de valores pagos indevidamente ou em excesso pelo Consumidor, observado o disposto no Manual Operacional do RQUAL, no que for cabível.</p>
--	---

O presente capítulo trata das regras gerais sobre devolução de valores cobrados indevidamente e efetivamente quitados pelo consumidor, ou pagamentos em excesso.

4.4.1. Devolução de valores na forma simples ou em dobro e acréscimos legais

O direito à devolução em dobro exige que o valor cobrado indevidamente tenha sido pago. O ajuste e reemissão de documento de cobrança ainda não pago, não caracteriza cobrança indevida e não implica em acréscimos legais (art. 60 do RGC/2023). A devolução de valores deve ser feita na forma simples (sem dobra, correção monetária e juros), nas seguintes hipóteses:

- Decorrente de períodos de indisponibilidade do serviço (art. 66 do RGC/2023), desde que atendidos os prazos definidos no RGC e no capítulo específico deste tema no presente Manual;
- Decorrente do pagamento em duplicidade (art. 67 do RGC/2023 - quitar mais de uma vez a mesma fatura), desde que seja feito o abatimento no documento de cobrança seguinte à identificação do fato, respeitado o ciclo de faturamento, ou via sistema bancário, em conta corrente de mesma titularidade do CPF/CNPJ a qual o crédito está vinculado, ou, alternativamente, de terceiro devidamente autorizado em nome do titular do direito, em 30 dias, contados da solicitação pelo consumidor.

4.4.2. Correção Monetária

Ainda que a prestadora opte por não corrigir monetariamente os débitos devidos por seus consumidores inadimplentes, a correção monetária deve ser aplicada quando da devolução de valores cobrados indevidamente aos consumidores.

O índice da Portaria prevista no art. 64, § 2º, do RGC/2023 será aplicado:

- a. na ausência de índice previsto no contrato; e,

b. alternativamente ao fixado no contrato, a critério da prestadora, nos casos em que a prestadora não aplique nenhum índice de correção monetária na cobrança de consumidores inadimplentes.

A definição do índice de correção monetária acumulado para fins de devolução de valor cobrado indevidamente será baseado nos seguintes períodos:

- Forma de Pagamento Pós-Paga:
 - Início: mês do pagamento do valor cobrado indevidamente ou do vencimento da fatura que constou a cobrança indevida;
 - Fim: último mês para o qual há índice publicado na data de fechamento do ciclo de faturamento que constar a devolução.
- Forma de Pagamento Pré-Paga:
 - Início: mês do consumo/débito do serviço ou facilidade;
 - Fim: último mês para o qual se tem índice publicado na data de habilitação dos créditos para uso imediato pelo consumidor.

Quando a devolução ocorrer via sistema bancário, o índice de correção monetária acumulado terá como marco inicial as referências descritas acima (pós ou pré) e o marco final será o mês disponível na data de envio do crédito ao banco.

4.4.3. Juros

A aplicação dos juros de 1% (um por cento) ao mês, proporcional ao dia, deverá ser feita de forma simples, sobre o dobro do indébito principal já corrigido monetariamente, da seguinte forma:

A aplicação dos juros deverá respeitar os seguintes períodos:

- Forma de Pagamento Pós-Paga
 - Início: data do vencimento da fatura que constou a cobrança indevida;
 - Fim: data de fechamento do ciclo de faturamento que constar a devolução.
- Forma de Pagamento Pré-Paga
 - Início: data do consumo/débito do serviço ou facilidade.
 - Fim: data de habilitação dos créditos para uso imediato pelo consumidor.

Para cálculo de juros, a métrica a ser adotada é de meses completos, onde o valor deve ser de 1% ao mês. Havendo dias excedentes ao período de meses completos, o restante dos juros deve ser calculado *pro rata die*, utilizando o número total de excedentes.

Quando a devolução ocorrer via sistema bancário o marco inicial deverá observar as referências descritas acima e o marco final será a data de envio do crédito ao banco.

4.4.4. Operacionalização do Procedimento de Devolução de Valores

Fórmula de cálculo para devolução de valores cobrados indevidamente:

Valor de devolução devido = ((Valor cobrado indevidamente x 2) x (Índice de correção monetária do período)) x Juros de 1% ao mês, proporcional ao dia.

Índice de correção monetária do período = 1 + (Valor percentual correspondente / 100)

Juros de 1% ao mês, proporcional ao dia = 1 + (Valor percentual correspondente / 100)

A obrigação de ressarcimento também será considerada cumprida se a prestadora, por liberalidade, devolver valor superior ao que seria alcançado com a aplicação da regra constante do art. 64 do RGC/2023 e do presente Manual Operacional.

Quando a prestadora, por pagamento via sistema bancário, lograr êxito em devolver valores devidos a consumidor não mais pertencente à base de clientes, dispensa-se a execução das obrigações contidas no art. 68, §§ 1º, 3º e 4º do RGC/2023.

A devolução de valores por meio de abatimento no documento de cobrança para consumidores da forma de pagamento pós-paga (art. 65, I, do RGC/2023) ou por meio da concessão de créditos que permitam a fruição de quaisquer serviços e facilidades a consumidores da forma pré-paga (art. 65, II, do RGC/2023), pode ser realizada sobre qualquer contrato/oferta de serviço de telecomunicações ativo do consumidor junto à prestadora ou outra prestadora de telecomunicações do mesmo grupo econômico, no caso de o consumidor não ser mais cliente do serviço em que houve a cobrança indevida.

É possível a devolução de valores por meio do abatimento sobre saldo devedor de consumidor inadimplente com a prestadora, desde que devidamente documentado o encontro de contas e a precisa identificação, rastreabilidade e comprovação da origem do débito do consumidor.

A restituição por pagamento via sistema bancário (art. 65, III, do RGC/2023) pode ser utilizada sobre qualquer forma de pagamento (Pré-Paga, Pós-Paga ou híbrida).

Quando o consumidor optar pela devolução via sistema bancário, mediante devolução no cartão de crédito, o prazo de 30 (trinta) dias é para o envio pela prestadora de serviço de telecomunicações da notificação do crédito para a administradora do cartão.

O documento de cobrança que contiver devolução de valores deve informar expressamente e com precisão à(s) qual(is) cobrança(s) o(s) crédito(s) devolvido(s) se refere(m).

Na operacionalização das devoluções de valores deverão ser observados os princípios da rastreabilidade das operações, desde a identificação da ocorrência da cobrança indevida, suas tratativas, até a sua efetiva devolução; consistência de registros e relatórios estruturados sobre a jornada do crédito cobrado indevidamente e devolvido (bases de dados); integração e automatização de sistemas/processos; guarda de informações sobre o processamento das devoluções de valores (histórico e registros no sistema – *log*).

A prestadora deverá possuir procedimento auditável referente à devolução de valores aos consumidores, sejam eles solicitados pelos usuários, identificados pela própria prestadora, constantes de processos de acompanhamento e controle da Anatel ou identificados por terceiros, em caso de cobrança indevida ocorrida de forma sistêmica.

4.4.5. Possibilidade de o Consumidor optar por umas das formas de restituição previstas no art. 65 do RGC/2023

A prestadora poderá definir, a seu critério, dentre as opções descritas no art. 65, I, II e III do RGC/2023, para a forma de restituição de valores cobrados indevidamente, o modo de devolução preferencial a ser utilizado.

A devolução de valores por quaisquer das formas previstas no art. 65 do RGC/2023 não está condicionada a consulta prévia ao consumidor.

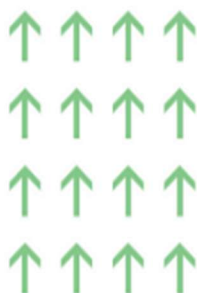
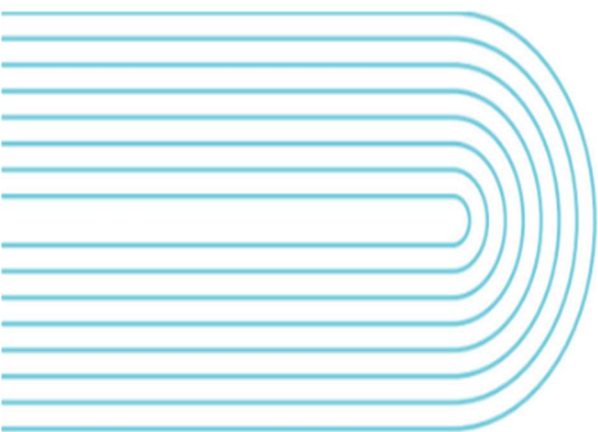
Não obstante, deve ser oportunizado ao consumidor o direito de optar por quaisquer das formas de devolução previstas no art. 65 do RGC/2023, mesmo que diversa daquela definida como preferencial pela prestadora.

A opção do consumidor por forma diversa de devolução deverá ser atendida sempre que apresentada por meio oficial de comunicação/canais oficiais de atendimento com a prestadora e até a data do lançamento dos créditos em sistema.

A devolução do crédito via sistema bancário somente deverá ocorrer em conta corrente de mesma titularidade do CPF/CNPJ ao qual o crédito está vinculado, ou alternativamente, a terceiro devidamente autorizado em nome do titular do direito.

4.4.6. Outras Definições

Os contratos com a Administração Pública Direta e Indireta que decorram de processo licitatório ou contratação direta podem prever regras de devolução de valores pagos indevidamente ou em excesso diversas do presente Capítulo do Manual Operacional.



4.5. Formas de restituição dos valores cobrados indevidamente / Outras Formas de restituição de valores indevidos, em especial para Prestadoras de Pequeno Porte

Dispositivo	Art. 65. O Consumidor poderá optar por uma das seguintes formas de restituição dos valores cobrados indevidamente:
Regulamentado (RGC/2023)	I – Para a Forma de Pagamento Pós-Paga: abatimento no documento de cobrança seguinte à data da identificação da cobrança indevida ou do decurso do prazo do § 1º do art. 61, respeitado o ciclo de faturamento; II – Para a Forma de Pagamento Pré-Paga: concessão de créditos com validade mínima de 90 (noventa) dias ou com a validade do crédito contestado, o que for maior, considerando o prazo máximo de 10 (dez) dias para devolução, contado da data da identificação da cobrança indevida ou do decurso do prazo do § 1º do art. 61; III – Pagamento via sistema bancário, considerando o prazo máximo de 30 (trinta) dias para devolução, contado da data da identificação da cobrança indevida ou do decurso do prazo do § 1º do art. 61, independentemente da modalidade de pagamento pelo serviço; ou, IV – Outras formas definidas pelo Grupo de Implantação, em especial para as Prestadoras de Pequeno Porte. Parágrafo único. Os créditos a que se referem o inciso II deverão permitir a fruição de quaisquer serviços e facilidades oferecidos pela Prestadora.

4.5.1. Formas de Restituição dos Valores Cobrados Indevidamente

O art. 65 trata das formas de restituição dos valores cobrados indevidamente, os quais devem ser devolvidos de maneira ordinária respeitando-se os arts. 64 e 65, do RGC, e seus respectivos detalhamentos descritos no presente Manual.

4.5.2. Outras formas de restituição dos valores cobrados indevidamente, em especial para as Prestadoras de Pequeno Porte.

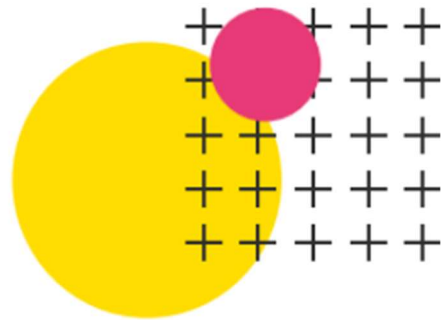
Para efeito de restituição de valores cobrados indevidamente, as prestadoras poderão valer-se de forma alternativa para execução dos ressarcimentos devidos, conforme previsão do art. 65, inciso IV, do RGC/2023, não sendo aplicáveis para os casos que não se caracterizam como cobranças indevidas.

Para tanto, a prestadora interessada em utilizar forma alternativa de restituição de valores cobrados indevidamente, deverá solicitar autorização prévia à Superintendência da Anatel responsável pelo acompanhamento do tema, contendo, no mínimo, o seguinte:

- a) o(s) serviço(s) ou conjuntos de ofertas que serão objeto da forma alternativa de ressarcimento;
- b) o tipo ou a origem das cobranças indevidas que se deseja tratar (ex.: tarifação irregular, cobrança de oferta com valor acima do acordado, cobrança de oferta não contratada,

eventos de interrupção ou de reparo não devolvidos no prazo regulamentar, dentre outros);

- c) a abrangência dos usuários em termos de municípios / Unidade da Federação;
- d) o modelo de aplicação de desconto/bônus;
- e) a forma de como se dará o aceite do cliente e respectiva comprovação;
- f) o processo de controle de sua aplicação; e,
- g) os benefícios ao consumidor com aplicação da forma alternativa de restituição de valores.



4.6. Ressarcimento de valores a Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço por interrupção ou reparo / Cálculo do valor a ser ressarcido e modo de devolução

Dispositivo	Art. 66. A Prestadora deverá prover automaticamente o ressarcimento ao Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço, seja por interrupção ou por reparo.
Regulamentado (RGC/2023)	<p>§ 1º O ressarcimento disposto no caput deverá ocorrer:</p> <p>I - de forma proporcional ao valor da Oferta contratada e ao período de indisponibilidade do serviço; e,</p> <p>II - até o segundo mês subsequente ao evento, respeitado o ciclo de faturamento.</p> <p>§ 2º No caso de solicitação de reparo, o cálculo do valor a ser ressarcido ao Consumidor deverá considerar o tempo decorrido entre a solicitação do reparo e o restabelecimento do serviço.</p> <p>§ 3º O Grupo de Implantação definirá no Manual Operacional o detalhamento para o cálculo do valor a ser ressarcido e seu modo de devolução, observadas as regras estabelecidas no Manual Operacional do RQUAL (Resolução nº 717/2019 - Regulamento de Qualidade dos Serviços de Telecomunicações)</p>

4.6.1. Devolução de valores ao Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço, seja por interrupção, ou por reparo.

O presente Capítulo trata das devoluções de valores e ajustes de cobranças devidas ao consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço prestado, seja em razão de evento de interrupção ou reparo, onde define-se que:

- a) Interrupção: é a paralisação do serviço de telecomunicações decorrente de qualquer falha na rede da prestadora que impeça a fruição do serviço, excluindo-se os casos de falha individual do acesso de usuário;
- b) Interrupção programada: é a interrupção de caráter previsível, causada pela própria Prestadora de forma planejada;
- c) Planta interna: é o segmento de Rede de Telecomunicações, que abrange todos os elementos dessa rede, internamente, a uma estação de telecomunicações até o DG/ponto de conexão externa dessa estação, incluindo as interconexões entre as estações da planta interna, inclusive as ERBs em locais resguardados;
- d) Rede externa: é o segmento da rede de telecomunicações, que se estende do equipamento do cliente, exclusive, ou PTR, inclusive, ao DG/ponto de conexão externa de uma estação de telecomunicações, incluindo ERBs (e respectivos cabeadamentos) instaladas em locais expostos, portanto, estando sujeitas a questão de segurança pública e/ou com restrição de acesso;

- e) Reparo: é a paralisação do serviço de telecomunicações decorrente de falha no funcionamento do serviço por acesso individual.

Para fins de devolução de valores por indisponibilidade do serviço, seja por interrupção, ou reparo, os créditos decorrentes não serão considerados cobranças indevidas desde que atendidos os critérios dispostos neste Capítulo do Manual Operacional.

Em havendo alterações no Manual Operacional do RQUAL, deverá ocorrer a revisão imediata do presente manual caso as alterações sejam conflitantes.

4.6.2. Provimento automático da devolução de valores ao Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço, seja por interrupção, ou por reparo.

O art. 66 estabelece que a Prestadora deverá prover automaticamente o ressarcimento ao Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço, seja por interrupção, ou por reparo.

Em caso de indisponibilidade do serviço por interrupção, as prestadoras deverão realizar o cálculo do valor do crédito aos consumidores impactados, na forma descrita no presente Manual, de forma proativa e sem a necessidade de contato ou solicitação por parte do consumidor.

Em caso de solicitação de reparo feita pelo consumidor, as prestadoras deverão manter registrados, além dos dados básicos de protocolo de atendimento, a data e o horário da abertura da solicitação e do término do reparo e para os casos de reclamação procedente, prover, em seguida, a devolução de valores ao Consumidor prejudicado, conforme previsto no RGC e neste Manual.

4.6.3. Cálculo do valor a ser devolvido ao Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço por interrupção

Considera-se para fins de base de cálculo do valor a ser devolvido ao Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço por interrupção, o seguinte:

- a) Forma de Pagamento Pós-Paga: as prestadoras devem utilizar o valor mensal da Oferta contratada correspondente ao(s) serviço(s) impactado(s) pela interrupção; e,
- b) Forma de Pagamento Pré-Paga: as prestadoras devem realizar o rateio do valor do ARPU (receita média por usuário) nacional do(s) serviço(s) afetado(s) pela interrupção, para realizar o cálculo na proporção do período de indisponibilidade.

No caso de Oferta de serviços prestados em conjunto, o cálculo do ressarcimento considerará o valor pago pelo consumidor referente ao(s) serviço(s) afetado(s) pela interrupção.

Assim, em alguns casos poderá haver a geração de mais de um crédito para o mesmo cliente, na mesma interrupção, quando este possuir mais de um tipo de serviço que tenha sido afetado. Por exemplo, no caso de uma interrupção com afetação dos serviços de telefonia fixa (STFC) e banda larga fixa (SCM), o usuário tem direito a receber dois créditos distintos, de acordo com o valor pago a cada serviço.

Para fins do ressarcimento, poderão ser desconsideradas as Interrupções programadas realizadas dentro do período entre 0 h (zero hora) e 6 h (seis horas) para a planta interna e entre 6 h (seis horas) e 12 h (doze horas) para a rede externa, previamente comunicadas aos Consumidores que serão afetados, com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas.

Para efeito de cálculo do crédito a ser devolvido, deve-se utilizar a fórmula de cálculo abaixo:

Forma de Pagamento Pós-Paga:

$(\text{Valor mensal da Oferta contratada correspondente ao(s) serviço(s) impactado(s) pela interrupção} / 43.200) \times \text{Tempo da Interrupção em minutos}$

Onde 43.200 é o total de minutos em um mês, considerando-se 30 (trinta) dias.

Forma de Pagamento Pré-Paga:

$(\text{Valor da ARPU (receita média por usuário) nacional do(s) serviço(s) afetado(s) pela interrupção} / 43.200) \times \text{Tempo da Interrupção em minutos}$

Onde 43.200 é o total de minutos em um mês, considerando-se 30 (trinta) dias.

4.6.4. Cálculo do valor a ser devolvido ao Consumidor prejudicado por indisponibilidade do serviço devido a reparo

No caso de solicitação de reparo, o cálculo do valor a ser devolvido ao Consumidor deverá considerar o tempo decorrido entre a solicitação do reparo e o restabelecimento do serviço (Art. 66, § 2º).

A solicitação de reparo registrada, porém, tendo sido identificada como decorrente da ocorrência de interrupção, deverá ter seu ressarcimento processado na forma do item 4.6.3 supra.

Não se aplica devolução de valores quando identificado que a indisponibilidade do serviço objeto da solicitação de reparo se deu por causa do usuário, como exemplo: rompimento de cabos por manutenção ou reforma na residência, mau uso dos equipamentos, ou interferência na sua configuração, destruição do material por animais de estimação etc.

Para efeito de cálculo do crédito a ser devolvido, deve-se utilizar a fórmula de cálculo abaixo:

Forma de Pagamento Pós-Paga:

$(\text{Valor mensal da Oferta contratada correspondente ao(s) serviço(s) impactado(s)} / 43.200) \times \text{Tempo do reparo em minutos}$

Onde 43.200 é o total de minutos em um mês, considerando-se 30 (trinta) dias.

Forma de Pagamento Pré-Paga:

$(\text{Valor da ARPU (receita média por usuário) nacional do(s) serviço(s) afetado(s)} / 43.200) \times \text{Tempo do reparo em minutos}$

Onde 43.200 é o total de minutos em um mês, considerando-se 30 (trinta) dias.

4.6.5. Modo de devolução de valores devidos em razão de indisponibilidade do serviço, seja por interrupção ou por reparo

Em atenção ao disposto no artigo 66 e visando garantir o cumprimento da obrigação de devolução até o segundo mês subsequente ao evento, respeitando-se o ciclo de faturamento, sem a configuração de cobrança indevida, define-se que:

- a) as prestadoras deverão realizar o processamento dos registros de interrupção/reparo e disponibilizar em seus sistemas de faturamento/cobrança o crédito ao consumidor no período de até 60 (sessenta) dias, a contar da data e horário fim da interrupção/reparo, independentemente do ciclo de faturamento do usuário;
- b) em até 30 (trinta) dias após a disponibilização em seus sistemas, a prestadora efetivará a disponibilização dos créditos ao usuário por meio da emissão de fatura válida, ou créditos com possibilidade de pleno e imediato uso na plataforma dos respectivos serviços da Forma de Pagamento Pré-Paga;
- c) respeitado o prazo máximo total para disponibilização dos créditos ao consumidor de 90 (noventa) dias contados a partir da data e horário fim da interrupção/reparo com restabelecimento do serviço.

Dessa forma, caso a prestadora não cumpra o prazo para inserir os créditos em seus sistemas de faturamento/cobrança deverá esta realizar a devolução do crédito na forma de cobrança indevida, conforme descrito no respectivo capítulo do presente Manual.

4.6.6. Valores inferiores a R\$0,01

Para fim de cálculo dos valores a serem devolvidos em função de interrupção ou reparo, as prestadoras poderão truncar o valor final do crédito calculado na segunda casa decimal.

Nos casos em que o valor do crédito obtido para a interrupção ou reparo for inferior a R\$0,01 (um centavo) fica dispensada a obrigatoriedade da devolução do crédito ao assinante impactado.

4.6.7. Identificação de consumidores elegíveis à devolução de valores devidos por interrupção

Serão elegíveis à devolução de valores todos os consumidores que possuíam serviço ativo no período dos eventos de interrupção de serviço observados.

Para identificação dos usuários afetados por interrupções do serviço de telefonia móvel (SMP), a prestadora deverá realizar a validação da intenção de utilização do serviço por parte do usuário através de monitoramento de uso por um período entre 20 (vinte) minutos antes e 20 (vinte) minutos após a interrupção - varredura de 40 (quarenta) minutos.

Para interrupções dos demais serviços fixos, telefonia fixa, banda larga fixa e TV por Assinatura (STFC, SCM e SeAC), a prestadora deverá prover a devolução de valores a todos os usuários prejudicados pela interrupção do serviço, independente da sua intenção de utilização.

4.6.8. Ressarcimento de valores para consumidores não mais pertencentes à base de clientes da Prestadora

Nos casos em que a prestadora comprove o processamento do ressarcimento de valores dentro do período de 60 (sessenta) dias, este crédito não deve ser considerado uma cobrança indevida.

Ainda que o consumidor não mais pertença à base de clientes da Prestadora, o ressarcimento processado no prazo descrito acima será feito na forma simples (i.e., sem repetição do indébito).

Na ocasião que o cliente for identificado como impactado pela interrupção de serviço e este já não mais pertencer a base de clientes, a operadora deverá seguir as regras estabelecidas nos artigos 68 e 69 do RGC, conforme descrito no respectivo capítulo do presente Manual.

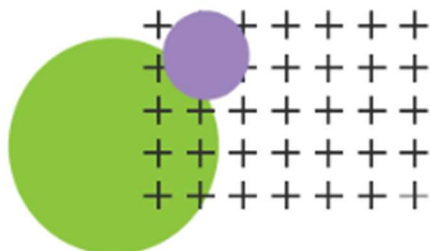
4.6.9. Processo de Controle e Acompanhamento

As prestadoras deverão manter atualizada toda a documentação sobre a operacionalização do processo de concessão de créditos decorrentes de interrupção de serviço e de reparo, incluindo o detalhamento de todos os sistemas de fonte de informação até os meios de comprovação da efetiva devolução dos valores.

O Processo de captura das interrupções, processamento do cálculo e disponibilização do crédito ao cliente, bem como armazenamento das informações resultantes, é de responsabilidade única e exclusiva da prestadora, guardadas suas particularidades de sistemas de tecnologia, portfólio de Ofertas e valores e distribuição de parque de clientes.

As prestadoras devem prover Relatório detalhado das devoluções de valores efetivados, sempre que solicitado pela Anatel, contendo, no mínimo:

- a) Valor efetivamente devolvido;
- b) Data/ciclo da efetiva devolução;
- c) Por usuário/cliente, incluindo sua identificação e código na prestadora;
- d) Por registro de interrupção de serviço ou protocolo de solicitação de reparo;
- e) Por serviço afetado.



4.7. Funcionamento do mecanismo de consulta e solicitação de crédito de consumidor não mais pertencente à base de clientes da prestadora

Dispositivo	Art. 68. O Consumidor não mais pertencente à base de clientes da Prestadora deverá ser informado sobre a existência e o valor de crédito em seu nome , bem como a forma e o prazo para sua solicitação.
Regulamentado (RGC/2023)	§ 1º As informações previstas no caput deverão ser disponibilizadas em mecanismo de consulta a ser exibido em destaque na página inicial da Prestadora na internet, facultada a divulgação dessas informações também em outros canais digitais. § 2º O Grupo de Implantação definirá o funcionamento do mecanismo de consulta e solicitação de crédito previsto no § 1º.

4.7.1. Objetivo

A prestadora deverá implementar sistema informatizado de consulta aos créditos remanescentes devidos aos clientes fora da base ativa.

Os contratos com a Administração Pública Direta e Indireta que decorram de processo licitatório ou contratação direta podem prever mecanismo de consulta e solicitação de crédito de consumidor não mais pertencente à base de clientes da Prestadora diverso do presente Capítulo do Manual Operacional.

4.7.2. Local

O link para acesso ao mecanismo de consulta deve estar disponível na página raiz do portal principal da prestadora, em local de destaque e de fácil visualização independente do dispositivo utilizado pelo consumidor (celular, tablet, notebook etc.).

O link para acesso deve observar o nível Título H3 (considerando o padrão W3C) e utilizar cores, contraste, tamanho, alinhamentos, tipografia e espaçamento que permitam ao consumidor identificar com facilidade e pouco esforço o link em questão, utilizando uma fonte acessível igual ou maior a tamanho 14, de fácil leitura e igual as demais fontes utilizadas na página da prestadora para a mesma função.

4.7.3. Fraseologia

A fraseologia contida na página principal da prestadora, que redirecionará o interessado ao mecanismo de consulta aos créditos remanescentes devidos a consumidor não mais pertencente à base de clientes da prestadora, deverá ser clara e direta, de forma a permitir a identificação do mecanismo de consulta pelos consumidores que não estão mais na base da prestadora. A exemplo da seguinte fraseologia recomendada: “Devolução de valores a ex-cliente.”

4.7.4. Forma de consulta

A consulta deverá ocorrer, no mínimo, via número do CPF/CNPJ, sem prejuízo do uso de mecanismos de segurança (*captcha ou similar*).

4.7.5. Resultado necessário

O mecanismo de consulta deve retornar, imediatamente, as seguintes informações:

- a) Se existe algum valor a ser ressarcido ao interessado (sim/não ou R\$ 0,00);
- b) O valor principal do crédito existente passível de resgate e a data de sua constituição;
- c) a indicação de que sobre o valor apresentado ainda poderão incidir juros e correção monetária, bem como a indicação do índice de correção incidente e da taxa de juros (1% a.m. calculados pro rata die); e,
- d) Forma e prazo para solicitação do crédito.

Boa Prática

É desejável que a prestadora atualize o valor apresentado, acrescentando ao principal juros e correção monetária.

4.7.6. Forma

Os procedimentos e os requisitos para solicitação e devolução do crédito são os seguintes:

- a) Se encaminhado para contato telefônico:
 - i. estabelecer parâmetros mínimos para atendimento;
 - ii. utilizar número da central de atendimento padrão da prestadora e não um número exclusivo para esta finalidade;
 - iii. a prestadora que optar por disponibilizar apenas o meio digital para consulta e solicitação de devolução do crédito, ocorrendo a solicitação, esta deve gerar eletronicamente o protocolo de atendimento, nos termos do art. 9º, do RGC, e as respectivas regras definidas no presente manual;
 - neste caso, fica desobrigada de disponibilizar um meio de contato de telefônico para consulta e solicitação de créditos; e
 - deverá manter um canal de atendimento telefônico para dúvidas e acompanhamento do protocolo de solicitação de devolução de valores.
- b) As providências de notificação e de disponibilização do crédito para consulta em página da prestadora na internet deverão ocorrer dentro de um mesmo mês.
- c) O crédito deverá ficar disponível para consulta pelo período de 1 (um) ano, contado da data de inserção no site.

- d) As rotinas de notificação do consumidor devem ser executadas antes ou de forma simultânea à inserção do crédito para consulta na página da prestadora.
- e) A prestadora poderá antecipar o recolhimento de valores ao FDD, concomitante à disponibilização para consulta em sua página na internet, observado o art. 69, §2º, do RGC/2023, sem prejuízo da disponibilização do crédito no mecanismo de consulta.
- f) Os acréscimos legais serão calculados com os índices de correção monetária disponíveis e juros até os seguintes marcos:
 - i. No recolhimento antecipado para o FDD: data de geração da GRU ao FDD, que deverá ser quitada em até 30 dias de sua geração;
 - ii. No pagamento direto ao ex-cliente: data do envio ao banco; e,
 - iii. No recolhimento para o FDD ao final de 12 meses: data fim dos 12 meses, devendo ser gerada e quitada a GRU-FDD em até 30 dias dessa data.
- g) Ocorrendo a hipótese do art. 69, § 3º, do RGC/2023, a prestadora deverá manter, no mínimo, comprovações da origem do crédito, do seu recolhimento ao FDD, comprovação da vinculação do crédito devido ao consumidor e seu valor efetivamente recolhido ao FDD em data posterior.
- h) Devolução de valores ao FDD devidos a consumidores não identificáveis devem ser recolhidas ao FDD em até 30 dias da constatação do dever de devolução, tratando-se de cobrança indevida, com acréscimos legais calculados até a data de recolhimento ao fundo, não sendo aplicável a rotina do art. 68 do RGC/2023.
- i) O prazo referido no art. 68, § 5º, do RGC/2023, refere-se ao §º 4 e não ao §3º.

Informações sobre preenchimento e pagamento da GRU-FDD em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/direitos-difusos/arrecadacao>



4.8. Notificação do Consumidor não mais pertencente à base de clientes quanto à existência do crédito

Dispositivo	Art. 68. O Consumidor não mais pertencente à base de clientes da Prestadora deverá ser informado sobre a existência e o valor de crédito em seu nome, bem como a forma e o prazo para sua solicitação.
Regulamentado (RGC/2023)	§ 1º As informações previstas no caput deverão ser disponibilizadas em mecanismo de consulta a ser exibido em destaque na página inicial da Prestadora na internet, facultada a divulgação dessas informações também em outros canais digitais. § 2º O Grupo de Implantação definirá o funcionamento do mecanismo de consulta e solicitação de crédito previsto no § 1º. § 3º A Prestadora também deverá notificar o Consumidor quanto à existência do crédito de que trata o caput, por meio eletrônico, postal ou outro definido pelo Grupo de Implantação.

4.8.1. Notificação do crédito

Os procedimentos de notificação devem ser observados em todas as devoluções de valores, seja valor pago derivado de cobrança indevida, indisponibilidade de serviço e pagamento em duplicidade.

O consumidor deve ser notificado por pelo menos uma das opções indicadas no item 2 deste capítulo, em conformidade com o previsto no Art. 68, § 3º, do RGC/2023, podendo ser complementada com notificação adicional por outros mecanismos, a critério da prestadora.

O meio de notificação escolhido deve ser apto a levar ao conhecimento do consumidor a informação quanto à existência dos créditos.

A notificação tratada nesse dispositivo deverá ser auditável com possibilidade de verificação de sucesso ou insucesso da forma de notificação adotada, sempre que possível.

Constatado o insucesso da notificação por meio da primeira opção escolhida pela prestadora, deverá ser realizada pelo menos mais uma tentativa por uma forma diversa.

4.8.2. Formas de notificação

Meio eletrônico

- SMS: Envio de SMS para o número vinculado ao serviço anteriormente contratado pelo consumidor ou constante como meio de contato no seu cadastro, desde que a notificação ocorra em até 180 (cento e oitenta) dias da saída do cliente da base da prestadora;
- E-mail: Envio para o último endereço constante no cadastro da operadora;
- Notificação via aplicativo da operadora: Envio de notificação ao consumidor no mesmo APP que tinha acesso quando ativo na base da prestadora até 180 (cento e oitenta) dias da saída do cliente da base da prestadora;
- Serviço de mensageria: Envio de mensagem via mídia digital, caso este mecanismo tenha sido empregado em alguma interlocução ocorrida entre a prestadora e o consumidor nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à saída do cliente da base da prestadora;

- e) Contato telefônico: Para o número vinculado ao serviço anteriormente contratado pelo consumidor ou constante como meio de contato no seu cadastro, desde que a notificação ocorra em até 180 (cento e oitenta) dias da saída do cliente da base da prestadora;

Os prazos máximos definidos nesse item não são aplicáveis para o ressarcimento oriundo de cobranças indevidas apuradas em Pados, PACs ou outros processos administrativos originados pela Anatel.

Postal

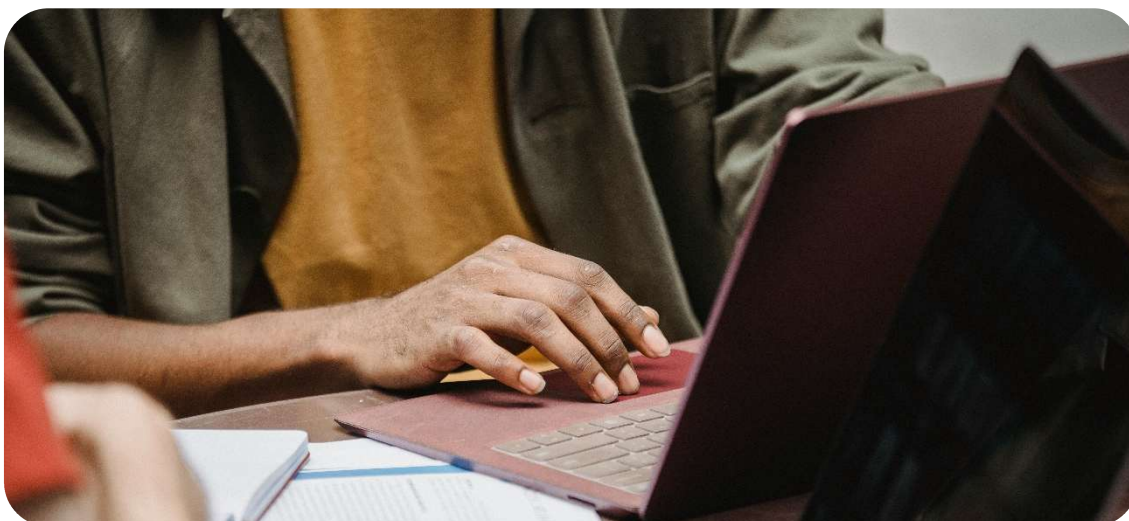
- a) **Carta:** encaminhada para o endereço mais atualizado constante no cadastro da prestadora, seja de instalação do serviço ou de cobrança.

Meios Complementares:

Caso o consumidor acesse canal de atendimento digital constante do site da prestadora, poderá ser realizada notificação sobre eventuais créditos decorrentes do direito a ressarcimento por cobranças indevidas.

4.8.3. Outras Definições

Os contratos com a Administração Pública Direta e Indireta que decorram de processo licitatório ou contratação direta podem prever mecanismos de notificação diversos do presente Capítulo do Manual Operacional.



4.9. Pedidos de rescisão processados sem intervenção do atendente

Dispositivos Regulamentados (RGC/2023)	<p>Art. 13. O Atendimento por Meio Digital garantirá ao Consumidor o acesso, no mínimo: (...) § 3º A rescisão do contrato ou a contratação de Oferta pelo Atendimento por Meio Digital deverá ser processada de forma automatizada, sem intervenção de atendente.</p> <hr/> <p>Art. 18. No primeiro menu do Atendimento Telefônico deverão estar disponíveis, no mínimo, as opções de: I - rescisão do contrato de forma automatizada, sem intervenção de atendente; (...)</p> <hr/> <p>Art. 84. Os pedidos de rescisão processados sem intervenção de atendente, na forma deste Regulamento, deverão ser processados automaticamente e terão efeitos após 2 (dois) dias úteis do pleito. § 1º É devido, pelo Consumidor, o pagamento referente aos serviços usufruídos durante o prazo de processamento do pedido de rescisão sem intervenção de atendente. § 2º Deverá ser garantida ao Consumidor a possibilidade de cancelar seu pedido de rescisão no prazo previsto no <i>caput</i>.</p>
--	--

4.9.1. Regras Gerais

Nos pedidos de rescisão de contrato de forma automatizada, sem intervenção de atendente, no atendimento telefônico ou no atendimento por meio digital, não deve existir qualquer interação humana. Qualquer abordagem ao consumidor, por exemplo, confirmação do pedido ou renegociação, só poderá ocorrer após a entrega do protocolo referente ao cancelamento.

Os procedimentos para confirmação da identidade do consumidor, sem intervenção humana, deverão considerar os princípios da simplicidade e da segurança.

É admitido perguntar, sem intervenção humana, se o consumidor deseja ouvir ofertas alternativas antes de confirmar o cancelamento. No atendimento telefônico, em caso de ausência de resposta do consumidor, o fluxo de atendimento deverá seguir para o cancelamento.

A mensagem sobre o cancelamento automatizado deve deixar claro que se trata de rescisão contratual de toda a Oferta.

O fato de o número de origem do pedido de cancelamento não estar cadastrado na operadora não pode ser impeditivo para o cancelamento sem intervenção do atendente.

Na solicitação de rescisão por meio de canal digital, o fato de a conexão utilizada não ser a mesma da contratada, não deve ser impeditivo para o cancelamento.

4.9.2. Procedimento específico para atendimento telefônico para Pessoa Jurídica

- a) O consumidor Pessoa Jurídica deve receber protocolo do pedido de rescisão no atendimento automático; a Unidade de Resposta Audível - URA deve informar que o procedimento, para se completar, requer envio de documentação complementar; URA deve informar qual documentação deve ser encaminhada e as formas de encaminhamento;
- b) A rescisão fica condicionada à apresentação pelo Consumidor Pessoa Jurídica de documentação formal comprovando a legitimidade do solicitante e mencionando o número de protocolo do pedido de rescisão;
- c) O Consumidor Pessoa Jurídica tem dois dias úteis para encaminhar a documentação, vencido esse prazo, o protocolo perde validade;
- d) A operadora deve ter disponível um canal específico para recebimento da documentação, por meio eletrônico, com comprovante do recebimento;
- e) Recebida a documentação, o efeito do pedido ocorre dois dias úteis contados após a data de envio da documentação.



5. SUSPENSÃO E REVISÃO

5.1. Suspensão e rescisão contratual por falta de pagamento ou de crédito

Dispositivos

Regulamentados

(RGC/2023)

Art. 70. A Prestadora poderá suspender o provimento do serviço após o decurso de 15 (quinze) dias da data em que notificar o Consumidor quanto à existência de débito vencido, do término dos créditos ou de seu prazo de validade.

Art. 71. A notificação ao Consumidor a que se refere o art. 70 deverá conter:

I – os motivos da suspensão;

II – as regras e prazos de suspensão e rescisão do contrato;

III – o valor do débito na Forma de Pagamento Pós-Paga e o mês de referência;

IV – a possibilidade do registro do débito em sistemas de proteção ao crédito, após a rescisão do contrato; e,

V – o prazo para restabelecimento do serviço após o pagamento dos débitos ou a inserção de novos créditos, nos termos do art. 78.

Art. 72. Durante o período de suspensão do serviço será observado o seguinte:

I – As Prestadoras do Serviço Móvel Pessoal - SMP e do Serviço Telefônico Fixo Comutado - STFC deverão garantir ao Consumidor:

b) a possibilidade de originar chamadas e enviar mensagens de texto aos serviços públicos de emergência definidos na regulamentação;

c) a manutenção de seu código de acesso, nos termos da regulamentação; e,

d) o acesso ao Atendimento Telefônico da Prestadora.

II – As Prestadoras do Serviço de Comunicação Multimídia - SCM ou dos Serviços de TV por Assinatura poderão suspender integralmente os serviços após o transcurso do prazo da notificação de que trata o art. 70.

Art. 73. Transcorridos 60 (sessenta) dias da suspensão do serviço, a Prestadora poderá rescindir o contrato de prestação de serviço mediante prévia notificação do Consumidor.

5.1.1. Notificação

A notificação quanto à existência de débito vencido, do término dos créditos ou de seu prazo de validade observará os requisitos constantes deste Manual Operacional sobre as notificações em geral e demais normas aplicáveis, especialmente o art. 71 do RGC/2023.

5.1.2. Início da suspensão

A suspensão poderá iniciar em 15 (quinze) dias contados da notificação ou em prazo superior, devendo o prazo adotado ser indicado ao consumidor na notificação, nos termos do art. 71, inciso II, do RGC/2023.

A suspensão deverá acontecer nos termos do art. 72 do RGC/2023 para fins de rescisão do contrato (art. 73 do RGC/2023), ressalvada a opção do consumidor pelo uso do serviço durante o período de suspensão na forma do item 5.1.3.

5.1.3. Condições de uso do serviço durante o período de suspensão

A critério da prestadora, em avaliação objetiva e não-discriminatória, há possibilidade de o consumidor optar pela continuidade dos demais serviços prestados mediante cobrança - isto é, de forma onerosa, desde que atendido o constante deste capítulo.

É necessária a anuência expressa do consumidor quanto a intenção inequívoca de uso parcial ou total dos serviços no “período de suspensão do serviço” com as seguintes condições:

- a) identificação granular dos serviços que serão efetivamente fornecidos;
- b) indicação de valor individual de cada um deles e do valor total a ser pago pelo consumidor;
- c) emprego de linguagem simples, intuitiva e direta que permita que o consumidor facilmente compreenda as consequências da escolha realizada; e,
- d) o processo de escolha do consumidor deve ter mais obstáculos, de forma que a confirmação se transforme em instrumento que lhe permita refletir sobre as suas consequências, especialmente as de caráter financeiro.

A anuência em questão poderá ocorrer durante a contratação ou posteriormente a ela.

A identificação granular dos serviços e de seus valores individuais não dá direito ao consumidor de desmembrar o pacote a ele oferecido a fim de escolher pontualmente eventuais serviços que pretende manter em caso de inadimplência.

Os serviços utilizados durante o período de suspensão, preferencialmente, deverão manter as características de preço, acesso e fruição do(s) serviço(s) de telecomunicações contratados, mantendo-se características como velocidade, latência, franquias e similares.

Eventual alteração das características dos serviços de telecomunicações contratados deve implicar na redução do valor cobrado ao consumidor e, ainda, observar os arts. 39, X, e 51, IV, X e XIII, da Lei nº 8.078, de 1990.

O valor individual de cada serviço não poderá ser superior ao valor individual constante da oferta contratada pelo consumidor.

A cobrança no “período de suspensão do serviço” será proporcional ao tempo de suspensão.

O consumidor só estará adimplente após o pagamento integral ou renegociação de todos os valores devidos, incluindo os débitos anteriores e os gerados durante o “período de suspensão do serviço”.

5.1.4. Religue em confiança

Quando tecnicamente viável, no caso de o Consumidor suspenso por inadimplência comunicar que efetuou o pagamento e solicitar o religue "em confiança" e a compensação não tiver sido efetivada, a prestadora terá o direito de retomar a suspensão do serviço restabelecido, aproveitando o prazo já transcorrido até a reativação em confiança para efeitos do art. 73.

A contagem será reiniciada da data da nova suspensão após a verificação de não compensação.

Nessa hipótese, é permitida a cobrança pelos serviços eventualmente prestados durante a reativação 'em confiança'.

5.1.5. Possibilidade de rescisão contratual

Após 60 (sessenta) dias do início da suspensão a prestadora poderá rescindir o contrato de prestação de serviço, desde que expeça notificação específica para esse fim.

Os prazos indicados nos arts. 70 a 73 são contados em dias corridos.



6. OUVIDORIA

6.1. Canal de Ouvidoria

Dispositivo

Regulamentado

(RGC/2023)

Art. 87. As Prestadoras de serviços de telecomunicações deverão instituir e divulgar amplamente um canal de comunicação com os Consumidores, denominado Ouvidoria, designado como unidade específica em sua estrutura, dotada de autonomia decisória e operacional.

§ 1º O objetivo da Ouvidoria será assegurar um tratamento específico e individual às demandas de Consumidores já analisadas anteriormente pelas Prestadoras.

§ 2º A Ouvidoria vincular-se-á diretamente à presidência da Prestadora e será chefiada por Ouvidor designado especificamente para a função.

§ 3º A Prestadora disponibilizará acesso gratuito para contato telefônico com a Ouvidoria no mínimo nos dias úteis, no período compreendido entre 8 (oito) horas e 18 (dezoito) horas, sem prejuízo de disponibilização de canais digitais com o mesmo objetivo.

§ 4º A Prestadora disponibilizará em seus canais de atendimento informações sobre o Ouvidor, suas qualificações para a função exercida, bem como os prazos de atendimento das demandas.

§ 5º As demandas recebidas pelos canais da Ouvidoria receberão protocolo específico, a ser informado ao Consumidor.

§ 6º A Ouvidoria manterá por 3 (três) anos, à disposição do Consumidor, histórico das demandas, que deverá apresentar, no mínimo, o protocolo de atendimento, a data e a hora de registro e de conclusão do atendimento.

§ 7º O prazo para tratamento das demandas recebidas pela Ouvidoria será de 10 (dez) dias corridos.

§ 8º A Prestadora disponibilizará em seus canais de atendimento opção de contato com a Ouvidoria.

§ 9º A Prestadora deverá elaborar e disponibilizar, em seu sítio eletrônico, Manual sobre as regras de atendimento da Ouvidoria, especificando, no mínimo:

I – padrões de atendimento, incluindo formas e procedimentos de tratamento do(s) canal(is); e,

II – horários de atendimento, respeitando, no mínimo, o período estabelecido no § 3º deste artigo, para os canais telefônicos.

6.1.1. Divulgação do canal (art. 87, caput)

- i. O público-alvo da ampla divulgação da Ouvidoria é o consumidor que registra uma demanda perante os diferentes canais de atendimento da prestadora.
- ii. Sempre que o consumidor perguntar sobre a forma de acessar a Ouvidoria, a prestadora disponibilizará a informação.
- iii. Além disso, as informações sobre as formas de acesso à Ouvidoria e seus objetivos devem ser prestadas nos canais onde são registradas as demandas, na forma descrita abaixo:

Divulgação na Central de Atendimento Telefônico

A comunicação ocorrerá através de gravação na URA ou leitura ativa pelo atendente de texto explicativo com orientações para acesso à Ouvidoria e seus objetivos. Essa mensagem poderá ocorrer antes (no mínimo, no menu de "reclamação" ou correspondente existente na URA), durante ou ao final do atendimento.

Divulgação no sítio eletrônico

Apresentação da Ouvidoria e do Ouvidor, divulgação do manual de atendimento previsto no Art. 87, § 9º, horários, telefone e outros meios para contato.

As informações sobre a Ouvidoria devem constar, no mínimo, no primeiro nível de destaque dentro do menu "atendimento" ou correspondente.

Boas Práticas de ampla divulgação

O dispositivo visa realizar ampla divulgação do canal de atendimento denominado Ouvidoria, para mostrar importância ao consumidor da existência de mais uma alternativa estrutural na defesa do consumidor, tem por objetivo assegurar que a divulgação atinja o maior número possível de consumidores de serviços de telecomunicações, aumentando a visibilidade do canal de atendimento Ouvidoria.

Entende-se por "divulgar amplamente" a disseminação de informações de maneira extensa e abrangente, alcançando um público grande e diversificado. Para tanto e considerando os meios de exclusão digital, espera-se que a ampla divulgação seja realizada através de diferentes meios de comunicação.

6.1.2. Tratamento específico e individual (art. 87, § 1º)

O dispositivo visa garantir o tratamento específico e individual.

A Ouvidoria deve assegurar que o consumidor tenha uma segunda instância dentro da prestadora, com dimensionamento e padrões de qualidade do atendimento adequados, para apresentar sua demanda quando não for solucionada ou respondida dentro do prazo pela central de atendimento telefônico ou outro canal de atendimento de primeiro nível.

A Ouvidoria atuará garantindo a imparcialidade na análise, visando a solução definitiva das demandas recebidas pelo canal.

A Ouvidoria deve também reanalisar e avaliar criticamente as demandas recebidas dos consumidores, de modo a buscar a melhoria contínua dos processos, produtos e serviços das prestadoras, nos termos do RGC.

6.1.3. Independência funcional da Ouvidoria (art. 87, § 2º)

O Ouvidor deverá ter garantida a autonomia e independência funcional para que avalie criticamente o atendimento da prestadora como um todo e os processos que podem afetá-lo, retroalimentando todas as áreas de processos de negócio.

É facultado ao Ouvidor concentrar atividades de resolução de problemas de segundo nível para Procons, Juizados, consumidor.gov.br ou outras instâncias de recurso. Também poderá ser responsável, por exemplo, pela articulação com órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) e Conselhos de Usuários da prestadora.

6.1.4. Acesso à Ouvidoria (art. 87, § 3º)

O consumidor poderá acessar a Ouvidoria da prestadora, após ter tido sua demanda registrada no 1º nível de atendimento, e cujas providências tomadas pela empresa em seus canais de atendimento não tenham sido satisfatórias ou quando o prazo de solução tiver expirado sem resposta.

A prestadora poderá utilizar procedimento automatizado de validação de protocolos fornecidos no 1º nível, considerando quaisquer protocolos fornecidos pelos canais de atendimento, com tratamento imediato ou não, seja por meio presencial, telefônico, formulário web ou por processo automatizado, após decorrido o prazo para tratamento ou encerrada a demanda, excetuando as demandas em que a resposta da prestadora é imediata e automatizada, não requerendo tratamento posterior da prestadora, tais como consultas de saldo, franquia, 2º via, aviso e promessa de pagamento e código de barras.

Admite-se que a prestadora estabeleça prazo máximo de utilização do protocolo de 1º nível para acesso à Ouvidoria, não podendo este prazo ser inferior a 180 dias, devendo informá-lo no Manual de Atendimento previsto no Art. 87, § 9º.

A utilização de canais digitais de acesso para as Ouvidorias deve observar as disposições deste manual.

6.1.5. Informações sobre o Ouvidor (art. 87, § 4º)

Serão disponibilizadas no sítio eletrônico das prestadoras, no mínimo, as seguintes informações sobre o Ouvidor:

- Nome completo;
- Formação;
- Descrição resumida de carreira e especializações.

Nos demais canais, as informações deverão ser fornecidas, pelo menos, sob demanda do consumidor.

6.1.6. Protocolo específico da Ouvidoria (art. 87, § 5º)

A cada demanda apresentada junto à Ouvidoria, o consumidor receberá um número de protocolo específico, que poderá ser consultado e identificado como tal nos canais de atendimento da prestadora.

A prestadora deve informar claramente ao consumidor de que se trata de um protocolo específico de Ouvidoria.

Deve ser mantida a rastreabilidade, de forma que permita identificar as ações já adotadas anteriormente em relação a demanda.

Toda demanda deve ser rastreável, no mínimo, por CPF ou CNPJ.

6.1.7. Disponibilização do histórico de demandas (art. 87, § 6º)

As prestadoras disponibilizarão nos canais digitais de seu sítio eletrônico ou aplicativo, para consulta imediata pelo consumidor, os protocolos registrados nos últimos 6 meses. Tal disponibilização deverá permitir ao consumidor a diferenciação entre os protocolos gerados na Ouvidoria e nos demais canais de atendimento, bem como trazer no mínimo as informações sobre a síntese da demanda e o tratamento dado a ela pela prestadora, bem como protocolo, data e hora de registro e conclusão.

Consultas de protocolos anteriores ao período acima podem ser solicitadas em todos os canais de atendimentos disponibilizados pela prestadora, em atendimento ao art. 87, § 6º do RGC/2023.

A síntese da demanda pode ocorrer:

- a) pela transcrição do registro realizado pelo atendente ou pelo consumidor, conforme o caso;
- b) de maneira resumida e/ou padronizada, desde que assegurado um volume suficiente de informação para clareza da demanda.

6.1.8. Prazo do tratamento das demandas (art. 87, § 7º)

O prazo é contabilizado a partir do dia seguinte ao registro, sendo ele dia útil ou não.

Não há prorrogação de prazo do vencimento das demandas caso caia em dia não útil.

O prazo máximo de 10 dias corridos para atendimento da demanda deverá estar disponível no site e explicitado em todos os registros de demanda na Ouvidoria.

6.1.9. Contato com a Ouvidoria (art. 87, § 8º)

A opção de contato com a Ouvidoria se dará, no mínimo, por meio do fornecimento das informações prestadas conforme definido no RGC/2023, de modo especial o art. 87.

6.1.10. Manual de Atendimento da Ouvidoria (art. 87, § 9º)

Cada prestadora deverá publicar seu Manual de Atendimento da Ouvidoria em seu sítio eletrônico, contendo seus fluxos, políticas e canais específicos, em área correspondente à temática, podendo ser atualizado sempre que necessário.

O Manual de Atendimento é um instrumento para que a prestadora declare os princípios e valores de seu atendimento, bem como o compromisso público da empresa com o consumidor.

A prestadora deve utilizar linguagem acessível e esclarecer fluxo de atendimento completo até a possibilidade de encaminhamento para a Anatel, assim como os padrões de qualidade de atendimento que o consumidor pode esperar da Ouvidoria.

Deverão constar do Manual informações necessárias para garantir plena transparência do processo ao consumidor, tais como:

- Critérios para acesso e registro de demanda no canal de Ouvidoria, como necessidade de atendimento prévio pelo 1º nível.
- Informações sobre o prazo de tratamento em todos os atendimentos prestados pela Ouvidoria;
- Procedimentos para fornecimento de protocolo de Ouvidoria em cada atendimento realizado;
- Forma de atuação da Ouvidoria no sentido de solucionar as demandas, incluindo soluções imediatas ou que eventualmente necessitem o acionamento de outras áreas;
- Forma de retorno ao consumidor das demandas tratadas pela Ouvidoria.
- Deverão ser divulgados os horários e canais disponíveis para acesso à Ouvidoria, respeitando, no mínimo, o atendimento telefônico de segunda a sexta, das 8:00h às 18:00h (exceto feriados, válido para todo o território nacional).

6.1.11.Boas Práticas

Disponibilizar o Manual sobre regras de atendimento da Ouvidoria preferencialmente em vídeo e HTML, sem prejuízo de existência do manual em arquivo, fazendo constar informações gerais sobre protocolo, prazos de atendimento.



6.2. Relatório e Diagnóstico de Atendimento de Ouvidorias

Dispositivo	Art. 88. A Ouvidoria elaborará relatório e diagnóstico de atendimento semestral a partir da análise das reclamações e de outras demandas dos Consumidores, contendo, no mínimo:
Regulamentado (RGC/2023)	I – dados e informações sobre as demandas recebidas no período, apresentados em bases mensais comparadas com o mesmo período do ano anterior; e, II – análise crítica sobre possíveis causas-raízes dos problemas identificados. Parágrafo único. O relatório será enviado à Anatel, que poderá, a qualquer tempo, requerer informações adicionais às Prestadoras para fins de acompanhamento.

6.2.1. Informações do Relatório

Nos termos do art. 88, do RGC/2023, espera-se que o relatório produzido pela Ouvidoria apresente análise crítica da atuação da empresa no relacionamento consumidor-prestadora.

A referida análise deverá tratar, ao menos, dos diversos aspectos do ciclo de prestação do serviço sobre as demandas registradas na prestadora, tais como os processos e as práticas de oferta, cobrança, informação ao consumidor, atendimento e informações sobre o perfil das tentativas de acesso dos consumidores à Ouvidoria.

A prestadora deverá protocolizar o relatório escrito no sistema SEI e, concomitantemente, submeter os dados correspondentes via sistema de Coleta de Dados Setoriais da Anatel.

A Ouvidoria da prestadora ou seu grupo econômico deverá encaminhar à Anatel o relatório de Ouvidoria devidamente assinado pelo ouvidor(a) e os respectivos dados, até 15 de agosto (para o relatório referente ao 1º semestre) e até 15 de fevereiro (para o relatório referente ao 2º semestre), independentemente de provocação da Agência.

A nomenclatura utilizada para “SERVIÇO” deve ser de acordo com a classificação dos registros do Anatel Consumidor, ou seja, “Banda Larga Fixa”, “Celular Pós-Pago”, “Celular Pré-Pago”, “Telefone Fixo” e “TV por Assinatura”.

Os dados de “MOTIVO” devem ser agrupados de acordo com a classificação dos registros de “ASSUNTOS” do Anatel Consumidor, podendo ser na forma de DE-PARA, onde se mantém uma coluna para a classificação original e outra para o equivalente no Anatel Consumidor.

Para atendimento dos incisos I e II do art. 88, o relatório de Ouvidoria deve apresentar:

1. Número de demandas recebidas no período por serviço, motivo e UF por mês;
2. Percentual de transbordo do primeiro nível para o segundo nível;
3. Percentual de transbordo do segundo nível para Anatel;
4. Número de consumidores que procuraram a Anatel sem passar pela Ouvidoria e motivos de demandas relacionadas a esses protocolos;
5. Tempo médio de resposta (dias);
6. Tempo médio de espera para o atendimento (segundos);
7. Satisfação dos clientes apontada em pesquisa de satisfação, se houver;
8. Análise da volumetria;
9. Análise dos ofensores identificados e as causas-raízes das demandas;

10. Análise dos pontos recorrentes;
11. Providências adotadas pela prestadora em relação aos principais motivos de demandas apresentadas;
12. Elencar as alterações de processos identificados pela Ouvidoria que resultaram em melhorias para os consumidores;
13. Análise da evolução dos indicadores de transbordo, apontando diagnóstico e possíveis ações;
14. Gráfico e análise da quantidade de demandas registradas na Ouvidoria por serviço e motivo, separado por mês;
15. Gráfico e análise da quantidade de reclamações por serviço recebidas na Ouvidoria consideradas procedentes com relação as improcedentes, separado por mês;
16. Gráfico e tabela com o tempo médio (em dia) de resposta da Ouvidoria por serviço, separado por mês;
17. Gráfico e análise da quantidade de tentativas de acesso à Ouvidoria que não foram efetivados devido à inexistência ou a não validação de protocolo, ou a qualquer outro motivo, por serviço, separado por mês.

Ressalta-se que as informações solicitadas não exaurem as informações adicionais de que trata o parágrafo único do art.88, podendo a Anatel, a qualquer tempo demandar das prestadoras informações e dados complementares.

6.2.2. Boas Práticas

É desejável a publicação, na página das prestadoras na Internet, de relatórios executivos, redigidos em linguagem simples, em periodicidade semestral, contendo, ao menos:

- a) Política de relacionamento da empresa;
- b) Informações sobre atendimento ao consumidor:
 - i. Estrutura da Ouvidoria;
 - ii. Canais internos:
 - a. total de registros canais primários e Ouvidoria;
 - b. principais ofensores na Ouvidoria; e,
 - c. demandas resolvidas em até 10 dias;
 - iii. Canais externos:
 - a. **Anatel:**
 1. volumetria de registros;
 2. nota da qualidade de atendimento; e,
 3. índice de solução.
 - b. **Procon:**
 1. volumetria de registros;
 2. posição no ranking Sindec; e,
 3. percentual de resolutividade;
 - c. **Consumidor.gov:**
 1. volumetria de registros;
 2. nota da pesquisa de satisfação; e,
 3. percentual de resolutividade.

- c) Ranking de principais problemas registrados por consumidores, com apresentação das causas raízes.
- d) Nota de satisfação dos clientes com o atendimento da Ouvidoria, caso tenha pesquisa de satisfação de Ouvidorias; e
- e) Processo Institucional de Gestão de Demandas de Clientes.



