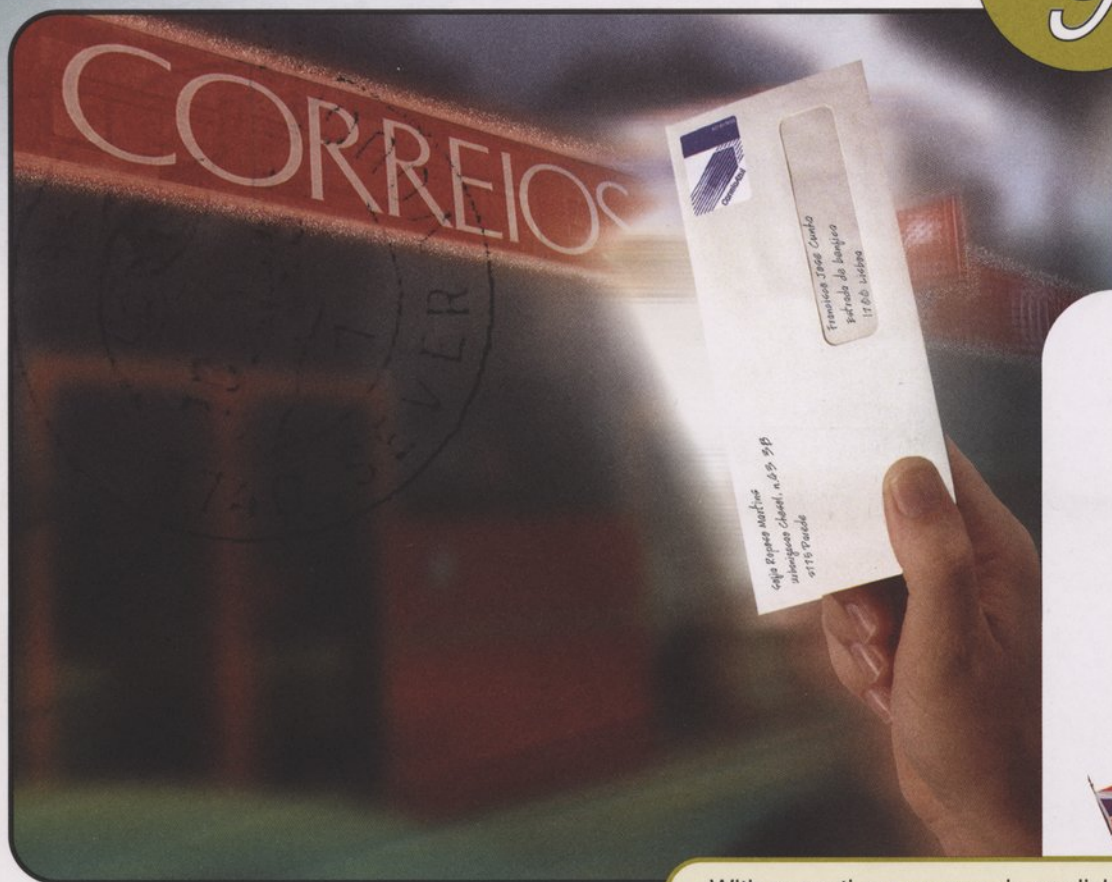


Percepção da Qualidade do Serviço de Correios

95



With executive summary in english.



Instituto das
Comunicações de
Portugal

Percepção da Qualidade do Serviço de Correios 95



With executive summary in english.

1

Processo de Qualidade

de Serviço de Co

92



Resumo do Relatório de Qualidade

Índice

0	Preâmbulo	5
1	Principais Conclusões	7
1.1	Resultados Apurados	7
1.2	Recomendações	9
2	Análise detalhada	11
2.1	Utilização das Estações dos Correios	11
2.2	Utilização dos Serviços dos Correios	11
2.3	Aspectos de avaliação das Estações de Correios	13
2.3.1	Estado de Conservação	13
2.3.2	Materiais disponíveis	13
2.3.3	Informação afixada	13
2.3.4	Horários de funcionamento	14
2.3.5	Balcões de atendimento	14
2.3.6	Máquinas automáticas de venda de selos	15
2.4	Aspectos de avaliação dos Serviços de Correios	16
2.4.1	Recolha e distribuição de correspondência	16
2.4.2	Demora de encaminhamento	16
2.4.3	Preço	17
2.4.4	Erros na entrega de correspondência	18
2.4.5	Serviço de encomendas	19
2.5	Avaliação Global do Serviço Nacional de Correios	19

Metodologia 21

3.1 Universo 21

3.2 Amostra 21

3.3 Técnica de Entrevista 23

3.4 Recolha de Infomação 23

3.5 Tratamento de Informação 23



Executive summary 25

4.1 Introduction 25

4.2 Findings 26

4.3 Recommendations 28

O ICP - Instituto das Comunicações de Portugal, é um instituto público, dotado de personalidade jurídica, com autonomia administrativa, financeira e património próprio e exerce a sua acção como órgão regulador do sector das comunicações, na tutela do Ministro do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território.

No sector das comunicações, tal como em todos os outros, a qualidade dos serviços prestados é um elemento fundamental para as empresas que operam numa perspectiva direccionada para o seu mercado, ou seja, com o objectivo de alcançar uma maior satisfação dos seus clientes.

Num mercado liberalizado, em que exista concorrência, os consumidores têm a possibilidade de optar entre as diversas empresas que nele operam; assim está, em princípio, assegurada a qualidade na prestação dos serviços em causa.

Num mercado em que as empresas prestam os seus serviços em regime de exclusivo, o consumidor não tem a possibilidade de escolha, pelo que existe a necessidade de controlar a qualidade dos serviços prestados ao consumidor nesses casos.

Tendo em consideração a importância que o acompanhamento da qualidade dos serviços prestados assume no sector das comunicações, pela existência de serviços operados em regime de exclusivo, bem como pelo papel relevante que esses serviços assumem na vida diária das pessoas, foram estabelecidos objectivos de qualidade de serviço, para determinados indicadores, através de uma negociação efectuada entre os operadores, o ICP e a Direcção-Geral de Concorrência e Preços. No caso de incumprimento dos limites fixados, será activado um sistema de penalização sobre os operadores.

Neste contexto, o ICP desenvolveu, no âmbito das suas competências de acompanhamento da qualidade de serviço, um sistema de monitorização e

controlo da qualidade de serviço (QS) prestada pelos operadores dos serviços públicos de correios e de telecomunicações (CTT-Correios de Portugal e PT-Portugal Telecom, respectivamente).

Tal sistema prevê assim, duas vertentes distintas: a monitorização e o controlo.

Através da monitorização, o ICP acompanha a evolução dos valores verificados para determinados indicadores de qualidade de serviço (IQS). Estes valores são determinados pelos CTT e pela PT, que têm a seu cargo a responsabilidade de obter e tratar a informação.

Em paralelo, o ICP desenvolve acções de controlo, através da elaboração de estudos independentes, da sua responsabilidade, através dos quais efectua uma validação (ou não¹) dos valores apresentados pelos operadores.

Assim, tanto na área de correios como de telecomunicações, o ICP tem vindo a realizar diversos estudos de mercado, mediante a contratação do trabalho de campo a empresas especializadas.

Tais estudos são efectuados em duas ópticas distintas: a primeira, através da simulação de situações reais de uso dos serviços e a segunda através da avaliação da satisfação por parte dos clientes dos serviços, como forma de controlar o impacte da política comercial dos operadores de serviço público junto dos consumidores.

Neste contexto, foram realizados pelo ICP diversos estudos, durante o ano de 1995, que agora se publicam com o objectivo de levar ao conhecimento do público, com interesse específico nesta matéria, as principais conclusões retiradas das análises efectuadas.

O presente estudo analisa a satisfação dos clientes do operador público de correios, efectuando um levantamento sobre determinadas questões como as estações de correios, a demora de entrega da correspondência, os preços, etc.. É igualmente avaliado, de uma forma global, o serviço prestado.

¹ Caso se verifiquem divergências entre os resultados obtidos pelo ICP e pelos operadores de serviço público de comunicações, haverá lugar a discussão de clarificação entre as partes. No caso de ausência de consenso, são utilizados os resultados do ICP para a aplicação do sistema de penalização.

Paralelamente à realização de estudos de qualidade onde são observados e “medidos” aspectos específicos dos serviços de correios², realiza o ICP, uma vez por ano, um estudo de percepção da qualidade, onde é avaliada a satisfação do cliente.

Mais do que qualquer outra medida, é a opinião do Cliente - Destinatário dos Serviços Prestados, que deve servir de guia para o desenvolvimento da actividade de correios.

Assim, é nesta perspectiva que se elabora o presente relatório e se traçam as conclusões que seguidamente se apresentam:

- 1 Numa avaliação de 1 a 20, o serviço nacional de correios obteve uma média de 13,4 valores. O ano passado tinha-se registado um valor médio aproximado de 13,0.
- 2 Relativamente à evolução nos últimos 5 anos, 68% dos inquiridos são de opinião de que houve uma melhoria relativa do serviço de correios.
- 3 O aspecto das estações, quer exterior, quer interior foi considerado bom ou razoável pela quase totalidade dos indivíduos (95%).
- 4 Segundo a opinião dos inquiridos, a afixação de informação sobre o horário da última tiragem do correio normal e azul é muito deficiente, em especial nas Regiões Autónomas. Assim, nessa região apuraram-se 29% dos inquiridos afirmando não encontrar esta informação relativa ao correio azul e 26% com a mesma dificuldade relativa ao correio normal.

² Demora de Encaminhamento da Correspondência Nacional e Internacional e Qualidade de Atendimento nas Estações de Correios.

- 5 26% dos inquiridos são da opinião de que os horários de funcionamento das estações de correios não são os mais convenientes, elegendo a hora do almoço como a alternativa preferida.
- 6 Apesar de, na generalidade os funcionários terem sido considerados simpáticos e eficientes, detectaram-se ainda e respectivamente 7% e 5% de opiniões negativas.
- 7 30% dos inquiridos consideram esperar longo tempo na fila até serem atendidos, devendo ser prestada especial atenção à situação da Grande Lisboa, onde praticamente metade dos inquiridos são desta opinião.
- 8 O parque de máquinas automáticas de venda de selos ainda não é em número suficiente para que seja possível o seu uso generalizado. Esta é a conclusão a que se chega pelas afirmações de 36% dos inquiridos que não compram os selos nas máquinas por não as encontrarem.
- 9 Apenas 25% dos respondentes têm conhecimento efectivo do padrão da demora de encaminhamento do correio normal (3 dias). Já em relação ao correio azul o conhecimento do padrão da demora (1 dia no Continente ou nas Regiões Autónomas e 2 dias entre o Continente e Regiões Autónomas ou entre as duas Regiões Autónomas) é mais generalizado (85%).
- 10 Dos respondentes que efectivamente conhecem o padrão da demora de encaminhamento do correio normal, 55% mostram-se satisfeitos com o seu cumprimento. Relativamente ao correio azul esta percentagem é superior (67%), o que demonstra uma maior satisfação com este tipo de correio relativamente ao normal.
- 11 Quando se coloca a questão sobre o paralelo preço/qualidade do correio azul, 12% refere não existir correspondência entre o preço e a qualidade praticada; desses, 59% acusam o preço de ser alto, enquanto que 30% julga que deveria a qualidade ser superior.

12

A ocorrência de erros na entrega da correspondência é um factor de elevada insatisfação para os clientes (26%). De salientar no entanto, a melhoria verificada em relação ao ano passado, onde os insatisfeitos somavam 34%.

1.2

RECOMENDAÇÕES

Das conclusões que foram referidas, salientam-se alguns aspectos menos eficientes segundo a opinião dos inquiridos da amostra. Nesta sequência, como resposta às insatisfações demonstradas, sugerimos algumas medidas de correcção:

1

No que respeita ao desconhecimento dos serviços, nomeadamente com o padrão da demora de encaminhamento e horário da última tiragem do correio, sugerimos a divulgação generalizada pela população das características de cada serviço e da linha telefónica de apoio "Correios em Directo".

2

Para atenuar a insatisfação do cliente para com o tempo de espera na fila até ao atendimento, deverão continuar a ser automatizados os serviços de compra de selos, pela contínua ampliação do parque de máquinas e simultâneamente pelo incentivo dos clientes ao seu uso através da prática de preços inferiores aos estabelecidos para a compra ao balcão. Adicionalmente, deverá ser tida em consideração na próxima negociação de preços de correios, a necessidade de adequar os limites estabelecidos para os tempos de espera na fila.

RECOMENDAÇÕES

Das conclusões das duas primeiras pesquisas, salientam-se alguns aspectos menos óbvios, segundo a opinião dos técnicos da amostra. Nesta pesquisa, como resposta às questões levantadas, sugerimos algumas medidas de conexão:

1. Lido que se refere ao desenvolvimento dos serviços, recomendamos que se faça um estudo da situação de funcionamento e da estrutura da empresa, com o intuito de obter uma visão geral da situação da empresa, das características de cada serviço e da forma de prestação dos serviços em Direção.

2. Para melhorar a instalação de cliente para com o tempo de espera, sugerimos que se faça um estudo da situação de funcionamento e da estrutura da empresa, com o intuito de obter uma visão geral da situação da empresa, das características de cada serviço e da forma de prestação dos serviços em Direção.

3. Para melhorar a instalação de cliente para com o tempo de espera, sugerimos que se faça um estudo da situação de funcionamento e da estrutura da empresa, com o intuito de obter uma visão geral da situação da empresa, das características de cada serviço e da forma de prestação dos serviços em Direção.

4. Para melhorar a instalação de cliente para com o tempo de espera, sugerimos que se faça um estudo da situação de funcionamento e da estrutura da empresa, com o intuito de obter uma visão geral da situação da empresa, das características de cada serviço e da forma de prestação dos serviços em Direção.

2

ANÁLISE DETALHADA

2.1

UTILIZAÇÃO DAS ESTAÇÕES DOS CORREIOS

84% dos inquiridos no presente estudo, são utilizadores efectivos dos serviços dos correios, onde é de salientar pela frequência, 22% que vão às estações 1 vez por mês e 21% que o fazem 2 a 3 vezes.

Dos inquiridos, apenas 16% se podem considerar de potenciais utilizadores, uma vez que afirmam nunca ir às estações.

Frequência de deslocação às estações de correio

Frequency of visits to post offices

2 a 3 vezes por
mês
21%

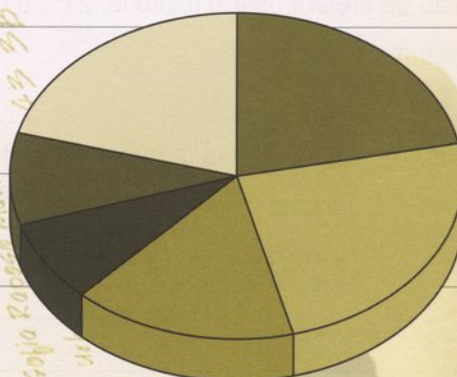
1 vez por
mês
22%

1 vez por
semana
9%

Várias vezes
por semana
8%

Nunca
16%

Raramente
24%



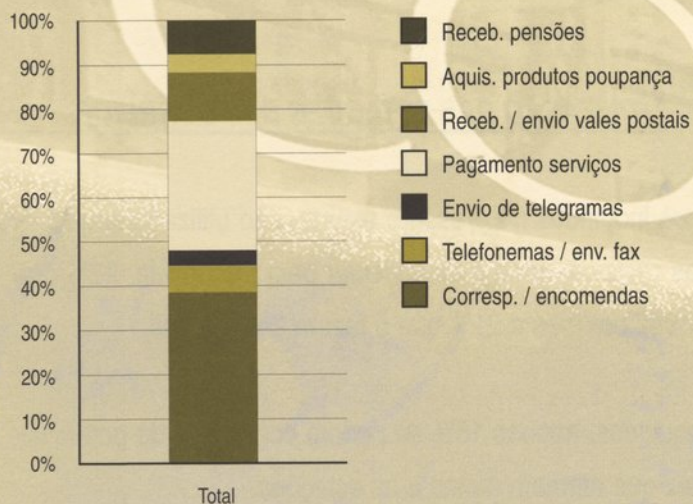
2.2

UTILIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DOS CORREIOS

O que leva os inquiridos a irem às estações de correios é em grande medida a necessidade dos serviços relacionados com envio de correspondência e encomendas (38%) e o pagamento de serviços (31%).

Serviços mais utilizados

Most frequently used services



Das pessoas que se deslocam a estações fora da área de trabalho ou residência, 84% afirmam ter facilidade de encontrar estações de correios.

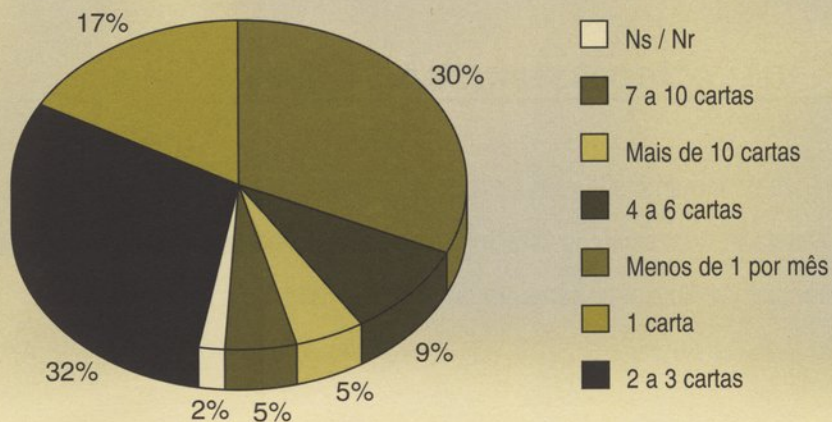
12

Dos 39% de inquiridos que afirmam não enviar correio particular, 28% apresenta como causa o facto de preferir usar o telefone, 21% o não ter necessidade e 7% o não ter costume de escrever.

Em relação à frequência no envio de cartas, a maior percentagem de indivíduos respondeu enviar de 2 a 3 cartas por mês (32%).

Número mensal de envio de cartas

Number of letters sent per month



A maioria dos inquiridos envia correspondência em períodos festivos (92%), seguindo-se o envio por ocasião de férias (53%).

2.3 ASPECTOS DE AVALIAÇÃO DAS ESTAÇÕES DE CORREIOS

2.3.1 Estado de conservação

O aspecto das estações, quer exterior, quer interior foi considerado favorável pela maioria dos indivíduos (cerca de 95%).

2.3.2 Materiais disponíveis

A maioria dos entrevistados afirma encontrar os materiais necessários à concretização dos serviços nas estações de correios (cola, caneta, impressos, listas telefónicas e listas de códigos postais). No entanto, as canetas são o elemento que frequentemente falta (segundo os inquiridos não se encontram em 30% das estações).

2.3.3 Informação afixada

Dos elementos sobre os quais incidiu o questionário, o horário da última tiragem do correio azul, foi o que, na opinião dos inquiridos, denota uma maior falta de informação (17% afirmam não encontrar esta informação). De registar no entanto que, em relação a este aspecto houve uma melhoria, uma vez que, no ano de 1994, esta percentagem era de 19%.

Informação afixada :

Folhetos dos principais serviços	58%
Horário de funcionamento das estações	70%
Horário da última tiragem de correio azul	45%
Horário da última tiragem de correio normal	53%

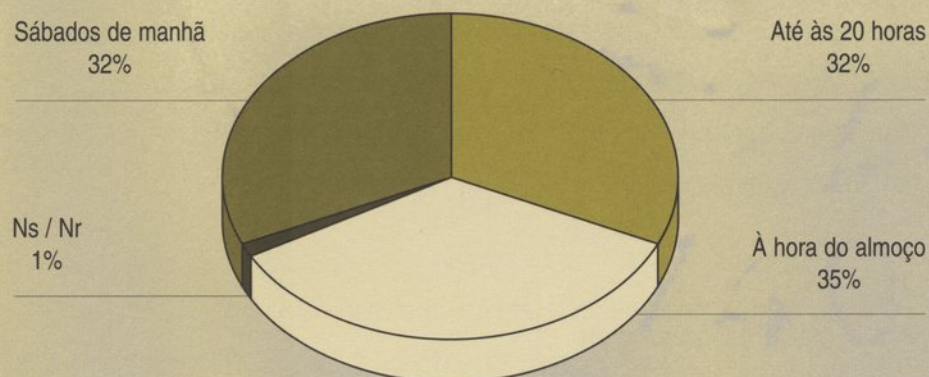
Em relação à informação sobre a última tiragem do correio normal, constatou-se uma melhoria da informação afixada (48% encontravam esta informação em 94, enquanto que em 95 esta percentagem rondava os 53%).

2.3.4 Horários de funcionamento

Os horários de funcionamento propostos pelos inquiridos como preferenciais são os que constam do gráfico que se segue:

Períodos preferidos para o alargamento do horário das estações

Preferred periods for extending attendance hours at post offices



Em relação ao estudo do ano passado, o prolongamento do horário de funcionamento das estações até às 20 horas deixou de ser a alternativa preferida (42% em 1994 e 32% em 1995).

2.3.5 Balcões de atendimento

Avalia-se neste ponto a opinião sobre o procedimento dos funcionários, bem como o tempo que se espera pelo atendimento.

No que diz respeito aos funcionários, os inquiridos foram da opinião de que 93% são simpáticos e eficientes.

Apesar das elevadas percentagens de inquiridos satisfeitos com o modo de atender por parte dos funcionários, detectaram-se ainda 7% e 5% de inquiridos julgando negativamente os funcionários no que diz respeito à simpatia e eficiência respectivamente.

A opinião do tempo de espera na fila foi avaliado em minutos e em classificação de longo, razoável e curto.

Do cruzamento destas duas interpretações, pode estabelecer-se a ligação, tirando as seguintes ilações:

<i>Minutos</i>	<i>Classificação tempo de espera</i>	<i>% (1)</i>
< 1	curto	1%
2 a 3	curto / razoável	11%
4 a 6	razoável	17%
7 a 10	razoável / longo	24%
> 10	longo	18%

(1) Base: 650 inquiridos representando 71% das pessoas que vão a estações de correios. As restantes 29% das respostas não se enquadram nesta interpretação.

Particular atenção deve ser dada ao descontentamento por parte dos inquiridos na região da Grande Lisboa, onde 49% afirmam esperar longo tempo, o que se traduz em 46% a esperarem mais de 10 minutos.

2.3.6 Máquinas automáticas de venda de selos

A percentagem de utilizadores de máquinas automáticas de venda de selos é ainda muito baixa (12%). O motivo principal para a utilização é a maior facilidade (81%). No ano de 1994, o motivo da maior facilidade foi apontado

somente por 62% dos inquiridos, o que demonstra possivelmente uma maior familiarização com o uso destas máquinas.

Releve-se que o facto de o preço do selo (20g no correio normal e azul) ser mais baixo só é factor atractivo para a utilização das máquinas de venda de selos para 9% dos inquiridos que as usam.

As pessoas que afirmam não fazer uso das máquinas automáticas para a compra dos selos (88%), atribuem este facto a não as encontrarem (15%). Constataram-se mesmo 21% afirmando que as máquinas não existem.

2.4

ASPECTOS DE AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS DE CORREIOS

2.4.1 Recolha e distribuição de correspondência

Em 30% das respostas o número de postos de recolha da correspondência é considerado insuficiente.

A insatisfação está também patente para 42% dos inquiridos que afirmam existir necessidade de mais que uma distribuição de correio diária.

2.4.2 Demora de encaminhamento

. Correio azul no Continente

Constataram-se 54% de inquiridos (no Continente) dizendo ter conhecimento do padrão de demora de encaminhamento do correio azul, mas de facto, são 85% que respondem acertadamente (1 dia).

Dos 85% que mostraram conhecimento efectivo sobre o padrão da demora de encaminhamento do correio azul no Continente, 69% mostraram-se satisfeitos e 31% insatisfeitos com o cumprimento do padrão.

. Correio azul nas Regiões Autónomas

Respeitante ainda ao correio azul, mas em relação aos indivíduos entrevistados nas Regiões Autónomas, considerou-se como resposta correcta 1 ou 2 dias de padrão de demora, uma vez que a questão feita não especificava se o destino da correspondência seria a própria ilha, ou o Continente ou ainda entre ilhas.

Assim, dos 83% de entrevistados que provaram conhecer o padrão de demora de encaminhamento garantida pelo operador, 27% mostraram-se satisfeitos e 73% insatisfeitos com o cumprimento do padrão.

. Correio normal

Em relação ao correio normal, a percentagem de entrevistados que dizem conhecer o padrão da demora de encaminhamento é maior do que a registada relativamente ao correio azul (63%), não correspondendo no entanto, a um conhecimento efectivo, uma vez que, só 25% dão a resposta certa (3 dias).

Das pessoas que efectivamente têm conhecimento sobre o padrão da demora de encaminhamento do correio normal, 55% mostram-se satisfeitos e 45% insatisfeitos com o cumprimento deste padrão.

2.4.3 Preço

Podem considerar-se como respostas certas à questão do preço de envio de uma carta de 20g em correio azul, os 75\$00 (máquinas automáticas) e 80\$00 (balcão). Assim, obteve-se resposta certa em 30% dos casos, com a indicação de 75\$00 e 29% dos casos com 80\$00.

Quando se coloca a questão sobre o paralelo preço/qualidade do correio azul, das 12% com resposta desfavorável, 59% acusam o preço de ser alto em relação à qualidade demonstrada no serviço, enquanto que 30% julga que deveria a qualidade ser superior para corresponder ao preço.

Com respeito ao correio normal, 8% dos inquiridos respondem que o preço do envio de uma carta de 20g é 40\$00 (preço da máquina automática), enquanto que 54% respondem que o preço é 45\$00 (preço ao balcão).

62% dos inquiridos são da opinião de que não há paralelo entre a qualidade do serviço e o preço praticado. Destas pessoas, 59% consideram ser o preço do correio normal alto demais em relação à qualidade do serviço, enquanto que 34% dizem que a deficiência é da qualidade que deveria ser mais alta para corresponder ao preço praticado.

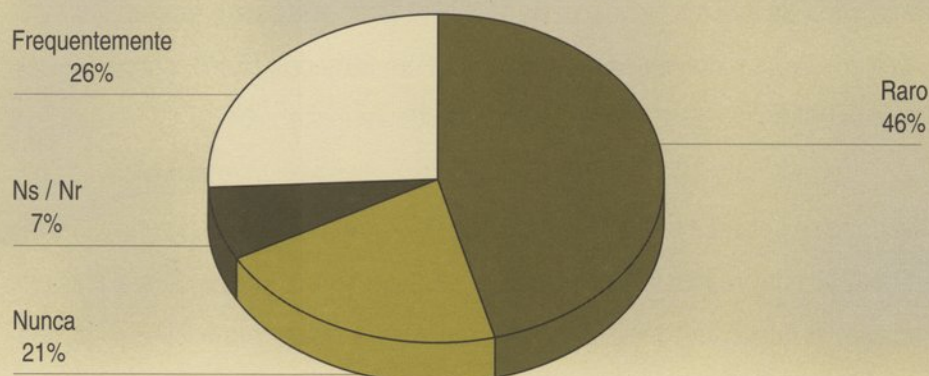
Como se depreende daquilo que ficou escrito nos últimos parágrafos, a conclusão de que o preço é considerado alto em relação à qualidade existente é comum tanto no que diz respeito ao correio normal como no que diz respeito ao correio azul.

2.4.4 Erros na entrega de correspondência

A ocorrência de erros na distribuição da correspondência é apontada por 26% dos inquiridos (percentagem inferior à registada o ano passado, 34%).

Ocorrência de erros na distribuição da correspondência

Frequency of mistakes in mail distribution



2.4.5 Serviço de encomendas

Do total de pessoas inquiridas, 53% utilizam o serviço de encomendas, havendo 49% que consideram o serviço de boa qualidade e 45% de qualidade razoável.

O estado em que são entregues a correspondência e os volumes é, em termos gerais, considerado satisfatório (86%).

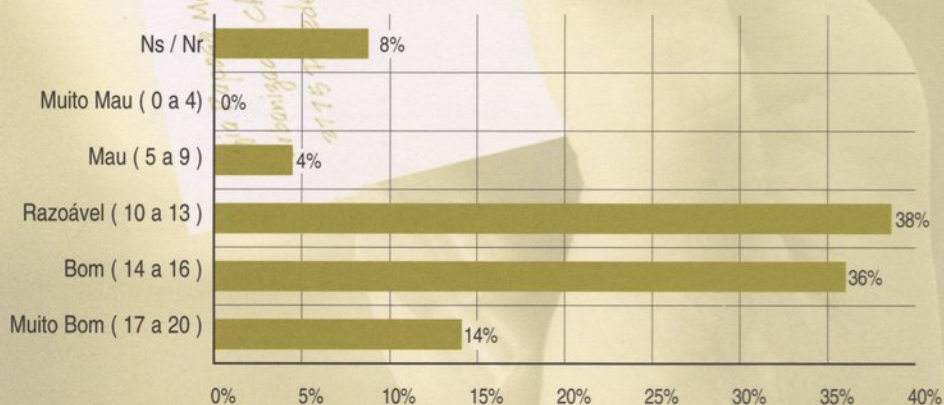
2.5 AVALIAÇÃO GLOBAL DO SERVIÇO NACIONAL DE CORREIOS

Foi pedida a opinião a nível geral do serviço nacional de correios, à qual se obteve como resposta que numa classificação de 1 a 20, em média o serviço valia 13,44 valores e que numa maioria de respostas se considerou ter havido uma melhoria relativa à evolução nos últimos 5 anos (68%).

19

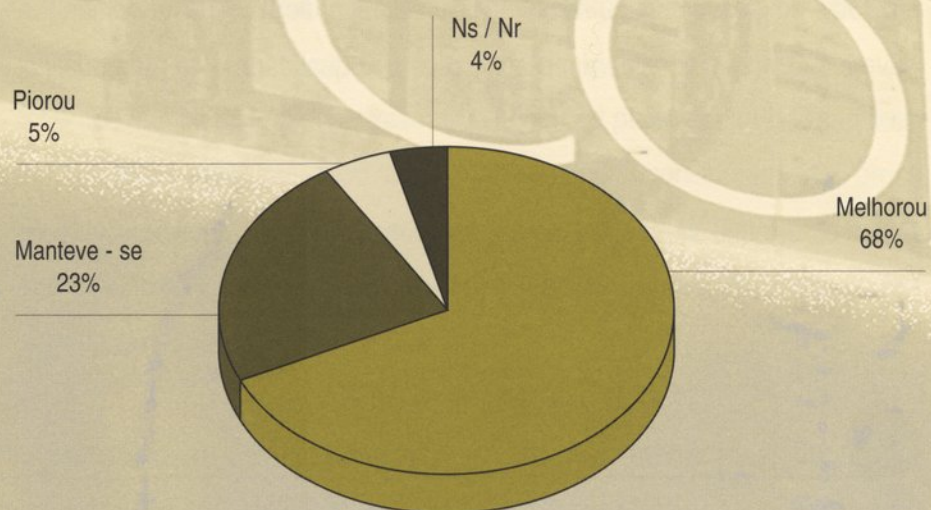
Classificação global do serviço de correios

Overall classification of the postal service



Evolução do serviço de correios nos últimos 5 anos

Evolution of the postal service over the last 5 years



As conclusões retiradas do estudo realizado em 1994 apontavam para uma classificação do serviço de 12,97 valores, embora 60% dos entrevistados tenham considerado ter havido uma melhoria de há cinco anos até então.

3 METODOLOGIA

3.1 UNIVERSO

O universo é constituído pelos indivíduos entre os 18 e os 74 anos, residentes em Portugal Continental e Regiões Autónomas.

3.2 AMOSTRA

A amostra é constituída por um total de 1080 indivíduos.

A amostra foi estratificada por habitat (dimensão populacional das localidades) e região (Grande Lisboa, Grande Porto, Regiões Autónomas e Resto do País), atribuindo-se a cada estrato resultante do cruzamento destas duas variáveis um número de entrevistas proporcional ao seu peso no Universo.

Para efeitos da selecção da amostra, a região Resto do País foi desagregada em 4 regiões (Litoral Norte, Interior Norte, Litoral Centro e Interior Sul), de forma a garantir que a distribuição da amostra reproduzisse o mais fielmente possível a distribuição da população no território.

Foi a seguinte a distribuição da amostra pelas várias regiões consideradas:

<i>Região</i>	<i>Universo</i> <i>(idade : 18 - 74)</i>	<i>% no</i> <i>Universo</i>	<i>Amostra</i>	<i>% na</i> <i>Amostra</i>
Litoral Norte	1.454.251	22.1	238	22.1
Grande Porto	714.856	10.8	120	10.5
Interior Norte	941.243	14.3	145	13.4
Litoral Centro	851.638	12.9	158	14.6
Grande Lisboa	1.514.542	22.9	237	22.0
Interior Sul	803.998	12.2	137	12.7
Reg. Autónomas	312.832	4.7	49	4.5
Total	6.593.360	99.9	1084	99.8

Dentro de cada localidade, os indivíduos foram seleccionados segundo o método de quotas tendo em conta três variáveis:

- . Sexo (2 níveis)
- . Idade (4 níveis: 18 a 29, 30 a 39, 40 a 54 e 55 a 74 anos)
- . Escolaridade (4 níveis: até ensino preparatório e mais que ensino preparatório, para indivíduos com idades compreendidas entre os 8 e os 39 anos; até ensino primário e mais que ensino primário, para indivíduos com idades superiores a 40 anos).

A distribuição das entrevistas em função das três variáveis referidas foi feita de forma proporcional ao seu peso no Universo, sendo este definido com base no Recenseamento Geral da População para 1991.

3.3 TÉCNICA DE ENTREVISTA

Utilizou-se a técnica de entrevista directa e pessoal, mediante questionário estruturado elaborado pela empresa especializada, em conjunto com o ICP.

3.4 RECOLHA DE INFORMAÇÃO

A recolha da informação decorreu entre 7 de Setembro e 5 de Outubro de 1995, tendo sido assegurada pela empresa especializada.

3.5 TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

Os resultados nacionais têm por base uma amostra de 1084 entrevistas, correspondendo a um grau de confiança de 95% e um erro de amostragem de 3%.

A amostra foi estratificada por grandes regiões, de acordo com o seguinte quadro:

<i>Regiões</i>	<i>Número de entrevistas</i>	<i>%</i>
Grande Lisboa	237	22
Grande Porto	120	10.5
Resto do País	678	62.5
Reg. Autónomas	49	4.5
Total do País	1084	100



4

EXECUTIVE SUMMARY

4.1

INTRODUCTION

ICP - *Instituto das Comunicações de Portugal* - is the regulatory body of the communications sector in Portugal, an autonomous public institute reporting to the Minister of Equipment, Planning and Territorial Administration. Among its activities, ICP promotes regular studies and issues reports on the quality of the services offered in the communications sector.

Service quality is fundamental for market-oriented enterprises. On a free market service quality is assured by competition, however, when regarding non-liberalized markets where services are exclusively provided by one enterprise - as it still happens with certain Portuguese postal and telecommunications services - it becomes necessary to control their quality, more so when considering **public services**.

Service quality objectives were therefore agreed among the public service operators (*CTT - Correios de Portugal* and *PT - Portugal Telecom*), ICP and *Direcção-Geral de Concorrência e Preços* (the government body responsible for competition and pricing affairs). Should the operators fail to fulfil the objectives established, a penalty system shall be applied.

ICP's mission towards public service quality in the communications sector is to monitor and control: ICP follows the figures delivered by each operator regarding the several quality indicators previously agreed upon and at the same time controls the quality of service by carrying out independent research studies, which allow ICP to validate (or not¹) the figures presented by the operators. These studies - from which result **quality reports** and **recommendations** - are carried out either through the simulation of real/live situations or by evaluating customer satisfaction towards the services rendered.

The presented report concerns the perceived quality of the postal service.

¹ Should there be any difference between ICP's results and the public service operators, both parts shall discuss them in order to clarify the matter. If no consensus is attained, ICP's results shall be used for the application of the penalty system.

In addition to quality surveys in which specific items of the postal services¹ are observed and measured, ICP conducts an annual study on perceived quality in which client satisfaction is assessed.

Above all it should be the opinion of the **Client - the user of the services provided**, to act as a guide in the development of postal services.

This report was made having this in mind. Its content can be summed up in the following points:

- 1 On a scale of **assessment** from 1 to 20, the **national postal service** received an average grading of 13.4. The previous year this grading had been 13.0.
- 2 68% of those questioned believe that the postal services have improved in the **last five years**.
- 3 The **appearance of post offices**, either external or internal was considered good or reasonable by nearly all those questioned (95%).
- 4 Those questioned felt that the **information displayed regarding last collection hours** for normal and *azul* (rapid) mail was very deficient - especially in Madeira and Azores, where 29% of respondents claimed to be unable to find such information for rapid mail and 26% had the same problem for normal mail.
- 5 26% of those questioned were of the opinion that post office **attendance hours** are not the most convenient. The lunch hour was the preferred alternative.
- 6 Though in general the staff was seen as **friendly** and **efficient**, 7% and 5% respectively of those questioned were of contrary opinions.

¹ Studies on the time taken to deliver domestic and international mail and on the service quality at post offices.

- 7 30% of respondents said that the **waiting time** in queues was excessive. This feeling is especially strong in Greater Lisbon, where nearly half of those questioned were of such an opinion.
- 8 **Stamp vending machines** do not yet exist in sufficient number so that its use may be a generalised one. This is the conclusion we get to from the statements of 36% of the respondents, who don't buy their stamps from vending machines because they can't find any.
- 9 Only 25% of respondents have effective knowledge of the **standard delivery time for normal mail** (3 days). A large majority (85%) of respondents did know the standard delivery times for rapid mail, however (1 day for mainland Portugal and 2 days between the mainland and Madeira and the Azores or between the latter two island groups).
- 10 Of respondents who did know the standard delivery time for normal mail, 55% declared themselves satisfied with the service as provided. This percentage was higher (67%) for the rapid mail service.
- 11 When questioned on the relation between **price and quality of the rapid mail service**, 12% of respondents considered that no relation exists between price and quality; of these, 59% said that the price was too high, while 30% felt that the quality could be better.
- 12 **Errors in the delivery of mail** are a source of major dissatisfaction among clients (26%). Things have improved in this area, however, if we consider that the degree of dissatisfaction for the previous year was 34%.

From the conclusions above, and accordingly to the survey respondents, some features of lower efficiency point out. Therefore, in response to the expressed complaints we suggest the following correcting measures:

- 1 Concerning the low levels of awareness of the services rendered, such as those regarding standard delivery and last collection times, we suggest a wide divulgement among the general public of the characteristics of each service and of the telephone assistance line "Correios em Directo".
- 2 To reduce client dissatisfaction with the time spent in queues at the post office, stamp-vending operations should be further automated through the increased availability of vending machines and by stimulating Clients to use them, by making stamps cheaper to purchase from the machines than at the counter. The next post office price negotiations should take into account the need to limit the time spent in queues.

Relatórios **publicados**

1. R. de Percepção da Qualidade do Serviço de Correios 95



RECOMMENDATIONS

From the conclusions above, and according to the survey responses, the following recommendations are made to the management of the organization in order to improve its performance and achieve its objectives.



1. The management should focus on the core business and avoid diversification into unrelated areas. This will help the organization to concentrate its resources and achieve its objectives more effectively.



2. The management should improve the quality of its products and services. This will help the organization to attract more customers and increase its sales. The management should also focus on improving the efficiency of its operations and reducing costs.



Design



J SARMENTO
design



STANDARD
10000

LISBOA (Sede)

Av. José Malhoa, 12
1070 Lisboa - Portugal
Tel: (351-1) 721 10 00
Fax: (351-1) 721 10 01
Telex: 66 325 ICP-P

PORTO

Rua Direita do Viso, 59
4200 Porto - Portugal
Tel: (351-2) 610 55 20
Fax: (351-2) 610 55 85

DAC (Região Autónoma dos Açores)

Rua dos Valados - Relva
9500 Ponta Delgada - Portugal
Tel: (351-96) 226 56
Fax: (351-96) 247 39

DMD (Região Autónoma da Madeira)

Rua do Vale das Neves, 19
9050 Funchal - Portugal
Tel: (351-91) 792 200
Fax: (351-91) 793 530

BARCARENA

Alto do Paimão
2745 Barcarena - Portugal
Tel: (351-1) 434 85 00
Fax: (351-1) 435 13 32

LINHA VERDE / PUBLIC ATTENDANCE

0-800 20 66 65

