

**Percepção da Qualidade  
do Serviço de  
Correios**

**96**



**With executive summary in English.**



# Percepção da Qualidade do Serviço de Correios

96

**With executive summary in English.**

Preambulo

Objecto do Estudo

Recomendações

Análise Detalhada

3.1

3.1.1

3.1.2

3.2

3.2.1

3.2.2 Materiais disponíveis nas Estações

3.2.3 Informação afixada nas Estações de Correios

3.2.4 Horários de funcionamento das Estações de Correios

3.3 Aspectos de Avaliação do Atendimento

3.3.1 Apresentação e comportamento dos funcionários

3.3.2 Tempos de espera

3.4 Aspectos de Avaliação dos Serviços de Correios

3.4.1 Recolha e distribuição de correspondência

3.4.2 Máquinas automáticas de venda de selos

3.4.3 Serviço de encomendas

4

6

15

15

15

15

15

16

16

16

16

17

18

18

17

18

18

19

19

Relatórios à

Percepção da Qualidade



do Serviço de  
Correios

With executive summary in English.

# Índice

<b>0</b>	Preâmbulo	4
<b>1</b>	Objecto do Estudo	6
<b>2</b>	Principais Conclusões	6
	2.1 Resultados Apurados	6
	2.2 Recomendações	10
<b>3</b>	Análise Detalhada	12
	3.1 Grau de Utilização das Estações e dos Serviços de Correios	12
	3.1.1 Utilização das Estações de Correios	12
	3.1.2 Utilização dos Serviços de Correios	13
	3.2 Aspectos de avaliação das Estações de Correios	15
	3.2.1 Estado de Conservação das Estações	15
	3.2.2 Materiais disponíveis nas Estações	15
	3.2.3 Informação afixada nas Estações de Correios	15
	3.2.4 Horários de funcionamento das Estações de Correios	15
	3.3 Aspectos de Avaliação do Atendimento	16
	3.3.1 Apresentação e comportamento dos funcionários	16
	3.3.2 Tempos de espera	17
	3.4 Aspectos de Avaliação dos Serviços de Correios	18
	3.4.1 Recolha e distribuição de correspondência	18
	3.4.2 Máquinas automáticas de venda de selos	19
	3.4.3 Serviço de encomendas	19

3.4.4	Demora de encaminhamento	21
3.4.5	Preços	22
3.5	Avaliação Global do Serviço Nacional de Correios	23
3.5.1	Avaliação global dos Correios	24
3.5.2	Evolução do serviço de correios nos últimos cinco anos	25
<b>4</b>	<b>Metodologia</b>	<b>28</b>
4.1	Universo	28
4.2	Amostra	28
4.3	Técnica de Recolha da Informação	29
4.4	Recolha da Infomação	29
4.5	Tratamento de Informação	29
<b>5</b>	<b>Executive summary</b>	<b>31</b>
5.0	Preamble	31
5.1	Introduction	33
5.2	Object of Study	34
5.3	Findings	34
5.4	Recommendations	37

O I.C.P - Instituto das Comunicações de Portugal, órgão regulador do sector das comunicações em Portugal, exercendo a sua acção na tutela do Ministro do Equipamento do Planeamento e Administração do Território, tem por finalidades o apoio ao Governo na coordenação e planeamento do sector das comunicações de uso público, a representação do sector e a gestão do espectro radioeléctrico.

De entre os aspectos sobre os quais assenta a Regulação do Mercado pelo I.C.P., destaca-se a monitorização e controlo da qualidade dos serviços. A importância dos aspectos relacionados com a qualidade é reconhecida quer por operadores no mercado liberalizado, numa perspectiva de aumentar e fidelizar o número de clientes, quer por operadores no mercado reservado, numa visão de aumento do negócio e de preparação para a liberalização.

Para os serviços prestados em regime de exclusivo, a definição de indicadores de medição de qualidade e a fixação dos respectivos valores limites fazem parte integrante das Convenções de Preços de Correios e Telecomunicações, celebradas entre o Instituto das Comunicações de Portugal, a Direcção Geral do Comércio e Concorrência e o operador respectivo (Correios de Portugal ou Portugal Telecom) e do Convénio celebrado entre o Instituto das Comunicações de Portugal e a Portugal Telecom.

O desempenho do I.C.P. enquanto garante de qualidade dos serviços é consubstanciado pela fixação e verificação do cumprimento de indicadores, em relação à actividade desenvolvida pelos operadores de telecomunicações e correios.

A verificação do cumprimento dos limites fixados para os indicadores de qualidade de serviço é efectuada pelo I.C.P. através de um sistema de duas vertentes: a monitorização e o controlo.

Através da monitorização, o I.C.P. acompanha a evolução dos valores observados para os indicadores de qualidade de serviço apurados trimestralmente pelos Correios de Portugal e pela Portugal Telecom.

Paralelamente, o I.C.P. desenvolve um controlo, através da elaboração de estudos independentes e de auditorias por forma a validar os valores apresentados pelos operadores<sup>1</sup>.

Neste seguimento, e tal como efectuado no ano anterior, publicam-se agora os resultados dos estudos desenvolvidos pelo I.C.P., referentes ao ano de 1996/2. Desta forma, as principais conclusões bem como o detalhe da análise dos vários aspectos de qualidade ficam disponíveis para serem alvo de consulta do público em geral.

Com o presente estudo pretendeu-se avaliar, a partir de uma amostra da população, a percepção do serviço de correios.

Os principais itens abordados vão do aspecto exterior e interior das estações, à funcionalidade, atendimento e serviço global de correios.

6

Na funcionalidade são avaliadas questões várias, como a utilização das máquinas automáticas de venda de selos, o material ao dispor do cliente nas estações, a afixação de informação sobre os vários serviços, entre outros.

No atendimento pretendeu-se reflectir a opinião das pessoas em relação à eficiência e simpatia dos funcionários e ao tempo de espera nas filas.

Para a abordagem do serviço global de correios, questionaram-se os indivíduos da amostra acerca dos horários de funcionamento, número de tiragens, demora de encaminhamento e relação qualidade/preço praticada. Com o intuito de obter uma resposta generalizada, foi ainda pedida opinião sobre a evolução da qualidade dos serviços prestados pelos correios de uma forma global.

Atendendo à dinâmica da actividade de correios, o estudo realizado aborda novas questões quando comparado com o do ano de 1995. Tais questões estão relacionadas com a identificação pelos inquiridos de vantagens e desvantagens do alargamento do leque de serviços prestados nas estações, com a auscultação relativamente ao conhecimento da linha telefónica informativa "Correios em Directo", entre outras

# 1

## Objecto do Estudo

O presente estudo visa a observação da percepção dos clientes relativamente a vários aspectos das estações e serviços de correios.

No que respeita às estações, são abordados entre outros, aspectos relacionados com o estado de conservação exterior e interior das estações, horários de funcionamento, afixação de informação e materiais de apoio disponíveis.

Relativamente à avaliação dos serviços de correios, escutam-se as opiniões sobre aspectos relacionados com a recolha e distribuição da correspondência, demora de encaminhamento, preço de alguns serviços, erros de entrega da correspondência e serviço de encomendas.

# 2

## Principais Conclusões

### 2.1

#### RESULTADOS APURADOS

- Em termos médios para o total do país e relativamente às respostas dos 1081 inquiridos da amostra, apurou-se como avaliação global do serviço de correios 13,8 valores (numa escala de 1 a 20), não tendo ocorrido portanto alteração significativa em relação à avaliação em 1995 (13,4 valores);
- No que respeita à evolução nos últimos 5 anos, 71% dos inquiridos são de opinião de ter ocorrido uma melhoria do serviço de correios;

- À questão sobre o alargamento do leque de serviços a prestar nas estações de correios, 76% mostraram-se favoráveis, identificando como vantagens uma maior comodidade (25%) e maior facilidade de acesso aos serviços (13%). A posição contrária demonstrada por 17% dos indivíduos foi fundamentada pela suspeição de que tal política traria o inconveniente de maiores tempos de espera até ao atendimento (22%);
- A maioria dos respondentes (76%) não tem conhecimento da linha telefónica gratuita, “Correios em Directo”, de prestação de informações sobre os serviços de correios;
- 94% do total dos pareceres dos inquiridos são favoráveis quer em relação ao aspecto exterior quer ao aspecto interior das estações;
- As canetas e a cola são os principais materiais encontrados em falta em muitas das estações observadas (37% e 26% respectivamente);
- Salientam-se como estando em falta nas estações de correios, as informações sobre os serviços prestados em cada balcão (27%) e as informações (afixadas ou em forma de folheto) sobre especificidades dos serviços (23%);
- 25% dos inquiridos são da opinião de que existe uma inadequação dos horários das estações. As alternativas mais “cotadas” pelos inquiridos foram o do fim da tarde, até às 20h (44%), os sábados de manhã (25%) e a hora do almoço (22%);
- Apesar de, na generalidade os funcionários terem sido considerados simpáticos, observou-se que 6% dos respondentes transmitiram uma opinião contrária;
- 17% dos respondentes demonstraram insatisfação para com a solícitude dos funcionários, isto é, para com a sua disponibilidade no auxílio da resolução de alguns problemas;

- Apresentadas várias alternativas para a organização dos guichets no atendimento, os inquiridos elegeram um sistema de guichets específicos por tipos de serviços com senhas de vez (38%);
- Do total de respondentes, 68% afirmam esperar, em média, nas filas até ao atendimento um intervalo de tempo que pode ir até aos 10 minutos. Por contraposição, 32% esperam mais de 10 minutos;
- 31% dos indivíduos questionados, julgam ser insuficiente o número de postos de recolha da correspondência;
- 22% do total de inquiridos dizem desconhecer a existência de caixas especializadas para introdução de correio azul;
- 75% do total de inquiridos não sabe da existência de um preço reduzido dos selos, para as cartas até 20g, nas máquinas automáticas, relativamente ao preço praticado ao balcão;
- 47% dos inquiridos que são clientes do serviço de encomendas, mostraram-se receptivos à existência de um serviço (hipotético) de entrega de encomendas em casa, fora do horário normal de funcionamento das estações de correios, tendo para isso que pagar um suplemento relativamente ao preço já definido em tarifário para as encomendas;
- A qualidade do serviço de encomendas satisfaz de um modo geral, quer no que respeita ao estado em que são recepcionadas as encomendas (95% estão satisfeitos), quer com o prazo de levantamento das mesmas estabelecido pelos serviços de correios (90% estão satisfeitos);
- 77% dos inquiridos são da opinião de que existe paralelo entre a qualidade e o preço do serviço de encomendas. Dos restantes indivíduos que demonstraram ter uma opinião contrária, 79% afirmam ser o preço o principal factor do desequilíbrio;

- Quando confrontados com várias alternativas de recepção de revistas, 68% elegeu a recepção na caixa de correio, mesmo que para isso tenham que vir ligeiramente dobradas. Como segunda escolha vem a alternativa de receber as revistas em casa, fora dos horários de funcionamento das estações (serviço hipotético), tendo para isso que pagar um suplemento (20%). Só uma minoria (os restantes 12%) concordou em ter que se deslocar à estação de correios;
- 17% do total de inquiridos, mostraram-se insatisfeitos, pela ocorrência frequente de troca de endereços aquando da entrega de correspondência;
- Dos 51% do total de inquiridos que mostraram ter conhecimento do padrão da demora de encaminhamento do correio azul, 20% julgam não haver cumprimento desse padrão;
- Dos 19% do total de inquiridos que mostraram ter conhecimento do padrão da demora de encaminhamento do correio normal, 32% mostraram-se insatisfeitos com o cumprimento de tal padrão;
- Apenas 10% do total de indivíduos da amostra (1081) conhecem o preço do correio azul (carta até às 20g com destino no território nacional);
- Apenas 23% do total de indivíduos da amostra (1081) conhecem o preço do correio normal (carta até às 20g com destino no território nacional);
- Dos 19% de inquiridos que pensam não existir paralelo entre a qualidade e o preço do correio azul, 60% atribui este facto ao preço, que considera demasiado elevado;
- Dos 13% de inquiridos que pensam não existir paralelo entre a qualidade e o preço do correio normal, 50% apontam o preço alto e 40% a qualidade baixa como factores de desequilíbrio.

- Divulgação aos clientes da linha telefónica “Correios em Directo” e sensibilização para o seu uso;
- Prover as estações de correios dos materiais de apoio necessários à realização de serviços, nomeadamente no que respeita a canetas e cola (os principais elementos encontrados em falta no presente estudo);
- Prestação de informação dos serviços efectuados em cada balcão das estações de correios e divulgação específica de cada serviço, na forma de folhetos disponíveis aos balcões ou afixação nas estações, no que respeita a características, padrões de qualidade garantidos aos clientes (nomeadamente demoras de encaminhamento) e preços;
- Maior flexibilidade de horários de funcionamento das estações, de acordo com uma dada abrangência regional, de modo a criar alternativas aos clientes no recurso aos serviços de correios, o que poderá vir, em consequência, a contribuir para um abaixamento do tempo de espera na fila até ao atendimento. Esta será igualmente uma consequência da medida recomendada seguidamente;
- Alargamento do parque de máquinas automáticas de venda de selos, de modo a facilitar o acesso dos clientes aos serviços, quer nas regiões onde ainda não existem estações de correios, quer nas regiões onde estas existem, de modo a alargar a disponibilidade horária. O aumento do número destas máquinas deve ter ainda como objectivo, permitir a equidade no usufruto de preços mais baixos (ainda que apenas para as cartas compreendidas no escalão de peso até às 20g) a toda a população do país;
- Maior preparação dos funcionários que prestam atendimento aos balcões das estações de correios, no sentido da sensibilização para a

necessidade de se mostrarem receptivos e disponíveis para auxiliar os clientes nos procedimentos de concretização dos serviços, como sejam (a título exemplificativo) o preenchimento de impressos, montagem de caixas de encomendas, informação sobre alternativas de envio de correspondências/encomendas e faxes;

- Aumento do número de postos de recolha da correspondência, nomeadamente os que se destinam ao correio azul, devendo existir em cada posto de recolha de correio normal, igualmente um de correio azul. Simultaneamente a esta medida, deve divulgar-se a existência destes postos e a importância que tem o depósito da correspondência, no posto respectivo, para o cumprimento da demora de encaminhamento garantida pelos correios aos seus clientes;

- Para obviar os erros na entrega de correspondência, deve haver um planeamento cuidadoso do giro por cada carteiro, sendo igualmente desejável a fixação destes giros face aos carteiros, de modo a facilitar o conhecimento dos endereços a estes últimos, evitando-se assim erros na entrega da correspondência;

- A divulgação aos clientes dos preços e demoras de encaminhamento padrão dos vários serviços, poderá ser conseguida a partir de métodos já referidos em anteriores recomendações, como sejam, a linha telefónica de apoio "Correios em Directo" e a distribuição de folhetos ou a afixação destas informações nas estações de correios, bem como, mais directamente, a afixação nas caixas e marcos de correio e nas máquinas automáticas de venda de selos.

### 3

## Análise Detalhada

### GRAU DE UTILIZAÇÃO

#### 3.1

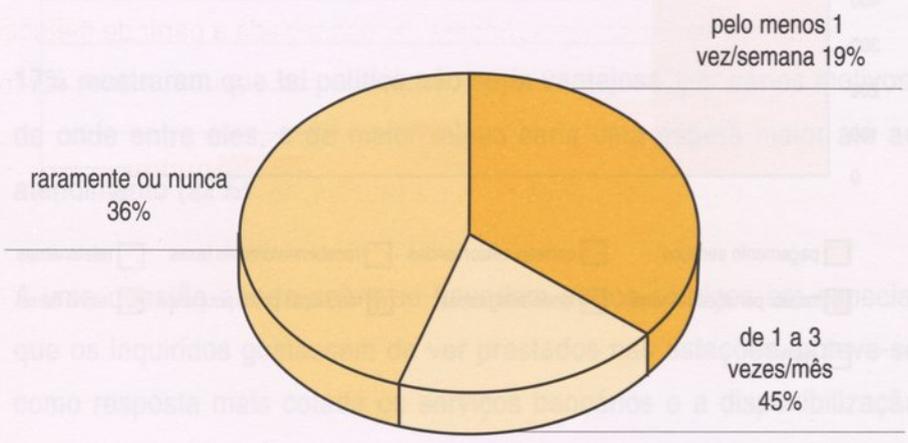
#### DAS ESTAÇÕES E DOS SERVIÇOS DE CORREIO

Este capítulo visa o conhecimento dos elementos da amostra em termos da frequência de ida às estações de correios e o uso que fazem dos serviços.

##### 3.1.1 Utilização das estações de correios

19% dos inquiridos vão pelo menos uma vez por semana às estações de correios, 45% afirmam ir de 1 a 3 vezes por mês e 36% raramente ou nunca vão.

#### Frequência de deslocação a estações de correios



Os factores que levam a que as pessoas não se desloquem às estações são principalmente por não sentirem necessidade (56%) ou por terem outras pessoas que tratam dos assuntos relativos a correios (34%).

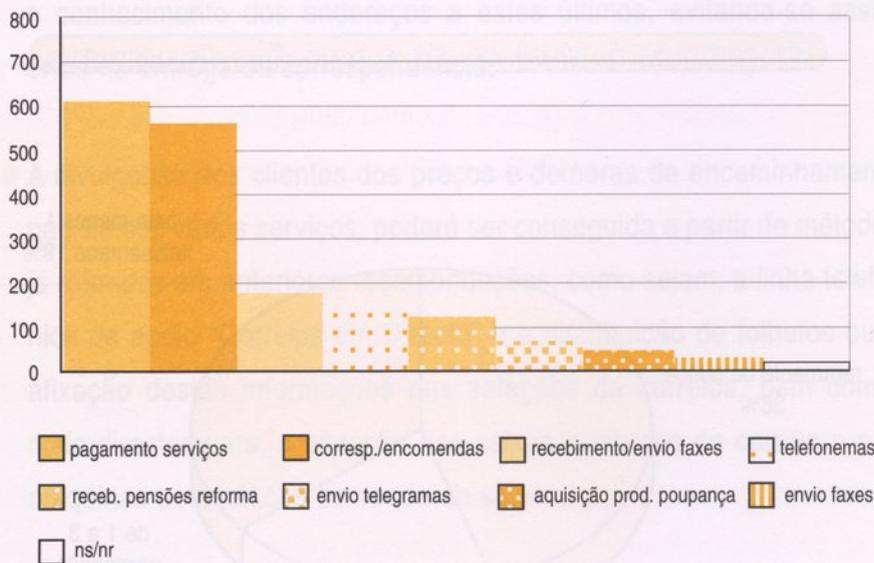
O horário de primeira escolha em relação à frequência de ida às estações de correios é o das 9h às 12h.

Dos 30% de inquiridos que costumam ir a estações fora da área onde residem ou trabalham, 87% dizem ter facilidade em encontrar uma estação de correios. Existem no entanto na região do Grande Porto 21% dos indivíduos inquiridos com opinião contrária.

### 3.1.2 Utilização dos serviços de correios

Os serviços mais requeridos nas estações de correios são o envio de encomendas e correspondências (68%), seguidos pelo pagamento de serviços (62%).

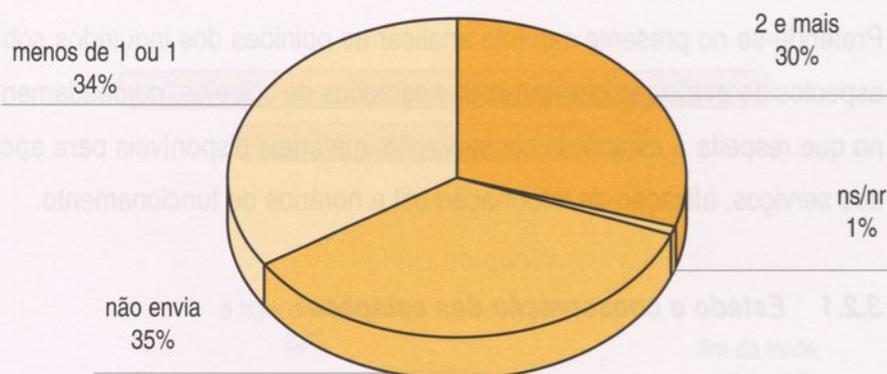
#### Serviços mais utilizados



35% do total de inquiridos da amostra não envia cartas, 34% envia pelo menos 1 por mês e 30% envia 2 e mais cartas em igual período.

O motivo principal para o não envio de cartas é o facto de as pessoas preferirem o uso do telefone (26%).

### Número mensal de envio de cartas



Descrito que foi o alargamento do leque de serviços prestados em algumas estações de correios, questionaram-se os indivíduos sobre se teriam uma opinião favorável, isto é, se esta política de desenvolvimento da actividade seria benéfica para o cliente.

A esta questão 76% mostraram-se favoráveis, apresentando para tal os argumentos de que haveria maior comodidade (25%) e maior facilidade de acesso aos serviços (13%).

17% mostraram que tal política não seria vantajosa, por vários motivos, de onde entre eles, o de maior relevo seria uma espera maior até ao atendimento (22%).

A uma questão aberta sobre se haveriam outros serviços em especial que os inquiridos gostassem de ver prestados nas estações, obteve-se como resposta mais cotada os serviços bancários e a disponibilização de multibanco (21%).

A maioria dos respondentes (76%) não tem conhecimento do serviço telefónico gratuito "Correios em Directo" de prestação de informações sobre os serviços de correios. A Grande Lisboa apresenta a maior percentagem de respondentes com conhecimento da existência deste serviço (20%).

Pretende-se no presente capítulo analisar as opiniões dos inquiridos sobre aspectos de avaliação qualitativa das estações de correios, nomeadamente no que respeita a estado de conservação, materiais disponíveis para apoio aos serviços, afixação de informação útil e horários de funcionamento.

### **3.2.1 Estado e conservação das estações**

A maioria das respostas traduzem satisfação com o aspecto e estado de conservação no exterior e interior das estações de correios (94% do total dos pareceres dos inquiridos são favoráveis quer em relação ao aspecto exterior quer ao aspecto interior das estações).

### **3.2.2 Materiais disponíveis nas estações**

Colocando lado a lado as respostas desfavoráveis relativas a materiais de uso corrente que auxiliam na realização dos vários serviços dos correios, as canetas e a cola foram os que se destacaram como principais elementos em falta (37% e 26% respectivamente).

### **3.2.3 Informação afixada nas estações de correios**

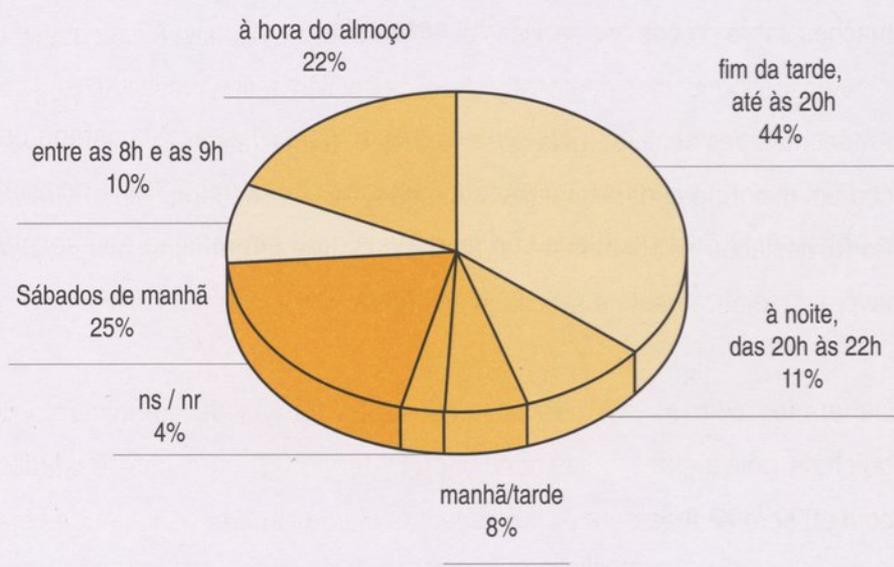
Feita uma análise comparativa aos vários tipos de informação apontados pelos inquiridos como estando em falta nas estações de correios, salientam-se as informações sobre os serviços prestados em cada balcão (27%) e as informações (afixadas ou em forma de folheto) sobre especificidades dos serviços (23%).

### **3.2.4 Horários de funcionamento das estações de correios**

25% dos inquiridos são da opinião de que existe uma inadequação dos horários das estações.

Como alternativas aos horários existentes, foram indicados vários, de onde os mais salientados foram o do fim da tarde, até às 20h (44%), o dos sábados de manhã (25%) e o da hora do almoço (22%).

**Períodos preferidos para o alargamento  
do horário das estações**



**3.3 ASPECTOS DE AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO**

O presente capítulo baseia-se numa exposição das opiniões recolhidas acerca da forma como se processa o atendimento, tanto no que diz respeito à apresentação visual e comportamento dos funcionários, como aos tempos de espera nas filas.

**3.3.1. Apresentação e comportamento dos funcionários**

À questão sobre se os funcionários costumavam estar fardados, 55% dos inquiridos responderam negativamente, sendo de salientar a região do Grande Porto, onde 63% deram esta resposta.

6% dos respondentes à indagação sobre a simpatia dos funcionários, deram uma resposta desfavorável. De tal facto salienta-se a região da Grande Lisboa, onde 10% dos indivíduos se mostraram insatisfeitos com a antipatia no atendimento por parte dos funcionários.

Os indivíduos da amostra foram ainda questionados relativamente à solicitude dos funcionários, isto é à disponibilidade dos funcionários para auxiliar na resolução de alguns problemas, nomeadamente no preenchimento de impressos, na montagem de caixas de encomenda, na prestação de informações sobre preços dos serviços ou sobre códigos postais. A esta questão, 17% dos respondentes demonstraram uma opinião desfavorável. As Regiões Autónomas destacam-se pela positiva, isto é, foi nesta região que se verificou um maior peso de respostas favoráveis (92%). Enquanto isto, o Grande Porto, destacou-se por apresentar 22% dos indivíduos com uma opinião desfavorável relativamente à solicitude dos funcionários no atendimento.

Deparados com as alternativas relativas às formas de atendimento de guichets polivalentes ou específicos em termos de serviços prestados, com ou sem senhas para organização da fila de espera, os inquiridos elegeram um sistema de guichets específicos por tipos de serviços com senhas de vez (38%). Todas as regiões estudadas elegeram a alternativa citada, com excepção das Regiões Autónomas onde se preferiu um sistema de guichets polivalentes sem senhas de atendimento (35%).

### 3.3.2 Tempos de espera

Do total de respondentes, 68% afirmam esperar, em média, nas filas até ao atendimento um intervalo de tempo que pode ir até aos 10 minutos. Por contraposição, 32% esperam mais de 10 minutos.

Destaca-se a região da Grande Lisboa, pela insatisfação patenteadada por 43% dos respondentes que dizem esperar mais de 10 minutos na fila.

O intervalo de tempo máximo de espera na fila até ao atendimento, com maior peso de respostas foi o compreendido entre os 21 e 30 minutos (20%).

A tradução qualitativa do tempo médio de espera é, para cerca de 34% dos inquiridos, longo, para 48% razoável e para 16% curto (2% não respondem). Se se cruzar a avaliação quantitativa com a qualitativa, chega-se à conclusão de que a maioria dos inquiridos que consideram o tempo de espera longo (62%) , traduzem-no numa espera de mais de 10 minutos. Quando o tempo é considerado razoável, a espera vai de 4 a 6 minutos, ou seja, é neste intervalo que se situa o maior peso de respostas (30%). Finalmente, quem considera que o tempo de espera é curto, traduz este tempo num intervalo que pode ir de 2 a 3 minutos (31,5%), ou de 4 a 6 minutos (32,2%).

### 3.4

## **ASPECTOS DE AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS DE CORREIOS**

O conteúdo deste capítulo versa coligir as opiniões relacionadas com os serviços de correios, com destaque para aspectos relacionados com a utilidade e funcionamento das máquinas automáticas de venda de selos, recolha e distribuição da correspondência, demora de encaminhamento, preços e serviço de encomendas.

19

### **3.4.1 Recolha e distribuição de correspondência**

A maioria dos respondentes (58%) são da opinião de que o número de postos de recolha da correspondência é suficiente. Apesar disto o peso dos indivíduos que têm uma opinião contrária, é bastante significativo (31%). Os “não respondentes” totalizaram 11%. As Regiões Autónomas apresentaram a maior taxa de insatisfação relativamente a este item (49%).

O cumprimento do padrão de demora de encaminhamento do correio azul depende, entre outros factores, da colocação, pelo cliente, da correspondência na caixa/marco especializado para esse tipo de correio.

Desta constatação depreende-se que seja relevante o peso que têm os indivíduos que dizem desconhecer a existência de caixas especializadas

para introdução de correio azul, no total de inquiridos (22%). Especial destaque é o da situação dos inquiridos das Regiões Autónomas, traduzindo-se em 49% desconhecendo este tipo de caixas.

### **3.4.2 Máquinas automáticas de venda de selos**

Apenas 17% do total de inquiridos no país dizem comprar selos de correio, com alguma frequência, em máquinas automáticas. Este procedimento é adoptado em grande medida pelos inquiridos situados na Grande Lisboa (30%).

Questionou-se o total dos indivíduos sobre o conhecimento da existência de um preço reduzido dos selos para as cartas até 20g nas máquinas automáticas relativamente ao preço praticado ao balcão, tendo-se apurado que 75% não sabe desta diferença. Destacam-se pelo peso de inquiridos desconhecendo esta prática, as Regiões Autónomas (86%) e o Grande Porto (83%).

### **3.4.3 Serviço de encomendas**

59% dos inquiridos já utilizaram o serviço de encomendas dos correios.

47% destes indivíduos estariam dispostos a pagar por um serviço (hipotético) de entrega de encomendas em casa, fora do horário normal de funcionamento das estações de correios. As Regiões Autónomas são as que apresentam um maior peso de indivíduos interessados neste serviço (52%).

Relativamente à qualidade do serviço de encomendas e especificamente no que diz respeito ao estado em que são recepcionadas as encomendas, 95% têm uma opinião favorável. Com relação ao prazo de levantamento estabelecido pelos serviços de correios, a satisfação é a 90%.

Excluindo os “não respondentes” (152 indivíduos), 77% dos inquiridos são da opinião de que existe paralelo entre a qualidade e o preço do serviço de encomendas.

Dos 23% de inquiridos que dizem não haver correspondência entre a qualidade e o preço, 79% afirmam ser o preço o principal factor do desequilíbrio, enquanto que 18% são de opinião de que é a qualidade que não satisfaz. Cerca de 3% dos inquiridos não responderam a esta questão.

Ainda que fora do serviço de encomendas, aborda-se no presente capítulo a recepção de revistas. Assim, questionam-se os indivíduos da amostra relativamente à preferência pelo modo de recepção de revistas e a ocorrência de erros na distribuição da correspondência.

Aos 548 indivíduos que dizem receber revistas através dos correios, colocaram-se três alternativas para a sua recepção; nas estações de correios, nas caixas de correio particulares, mesmo que para isso tenham que ser dobradas ou, em última alternativa, em casa, fora do horário de funcionamento das estações de correios, tendo para isso que pagar um suplemento.

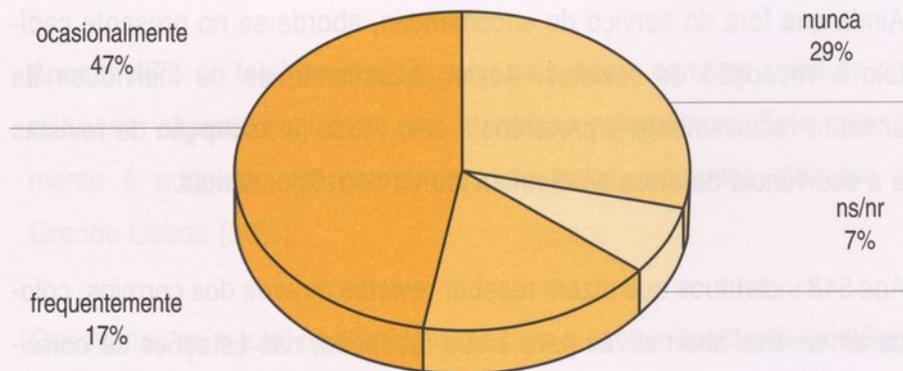
O grosso das respostas vai para a segunda alternativa (68%), isto é, a maioria dos respondentes prefere receber as revistas na sua caixa de correio, mesmo que para isso tenham que vir ligeiramente dobradas.

Em segunda escolha vem a alternativa de receber as revistas em casa, fora dos horários de funcionamento das estações, tendo que pagar um suplemento por esse serviço (20%). Os maiores adeptos deste hipotético serviço são os indivíduos da Grande Lisboa e do Grande Porto.

Só em último caso, isto é, como última escolha, os clientes concordam em ter que levantar as revistas nas estações de correios (12%).

À questão sobre a frequência de ocorrência de erros na distribuição da correspondência, obteve-se uma maioria de respostas favoráveis, não sendo de menosprezar, no entanto, 17% de indivíduos considerando ser frequente a ocorrência de troca de endereços. As opiniões desfavoráveis tomam maior relevo nas Regiões Autónomas (27%) e na Grande Lisboa (23%).

### Ocorrência de erros na distribuição da correspondência



#### 3.4.4. Demora de encaminhamento

À questão sobre o conhecimento da demora de encaminhamento padrão para uma carta com envio em correio azul dentro do território nacional, 53% deram uma resposta afirmativa.

Na continuidade da questão anterior, averiguou-se até que ponto é que, de facto, os inquiridos que disseram conhecer a demora padrão do correio azul, conheciam essa demora, tendo-se concluído que praticamente eram todos, com excepção de apenas 3%.

Consideraram-se como respostas acertadas para esta análise, 1 e 2 dias, visto serem estes os prazos garantidos pela empresa operadora para o continente e regiões autónomas (entre si, e de cada uma das ilhas para o continente) respectivamente.

Quando inquiridos sobre o cumprimento pela empresa operadora dos prazos de entrega de correspondência "prometidos", cerca de 43% respondem afirmativamente, 16% negativamente e 41% não respondem.

Cruzando a questão do cumprimento do padrão da demora de encaminhamento do correio azul com o conhecimento comprovado de tal padrão, obtiveram-se as seguintes conclusões; 64% são da opinião de que há cumprimento e 20% são de opinião contrária (15% não responderam).

A maioria dos inquiridos (57%) tem ideia de que conhece o padrão de demora de encaminhamento de uma carta enviada por correio normal para o território nacional. No entanto, depois de uma concretização do padrão de demora deste serviço em número de dias, chega-se à conclusão de que apenas 34% dos inquiridos que afirmaram ter conhecimento do padrão, efectivamente o conhecem. Apurou-se ainda que 50% indicou um número de dias inferior e 15% superior ao que de facto é garantido pela empresa operadora (1% dos inquiridos não responderam).

Tendo posto a questão do cumprimento do padrão a todos os inquiridos da amostra, 45% deram uma resposta afirmativa e 23% uma resposta negativa (32% não responderam).

Cruzando a questão do cumprimento do padrão de correio normal com o conhecimento efectivo da demora padrão deste serviço, extraem-se como principais conclusões que, 58% dos indivíduos estão satisfeitos e 32% insatisfeitos com o cumprimento do padrão (10% não respondem). Salienta-se que, dos que julgam ser o padrão de demora de encaminhamento do correio normal superior ao efectivamente garantido pela empresa operadora, 38% afirmam que tal padrão não é cumprido. Tal facto é bastante elucidativo da insatisfação deste grupo de clientes (36).

### **3.4.5 Preços**

Apenas 36% dos 308 indivíduos que inicialmente disseram conhecer o preço praticado para o envio por correio azul, de uma carta até 20g, para o território nacional, conheciam exactamente esse preço (80\$00). Registe-se ainda que, relativamente a este grupo de 308 indivíduos, 43% nomearam um preço inferior e 21% um preço superior ao efectivamente praticado.

Com respeito ao correio normal, se por um lado 45% (483 indivíduos) do total de indivíduos da amostra afirmaram conhecer o preço de um selo para uma carta até 20g, a enviar para o território nacional, apenas 51% destes demonstraram saber exactamente o preço nomeado em tarifário. Note-se ainda que 26% dos 483 indivíduos referidos deu um valor inferior e 23% um valor superior ao valor realmente praticado.

Questionados sobre a existência de correspondência entre a qualidade e o preço do correio azul, 81% respondeu afirmativamente e 19% negativamente (de um total de 534 indivíduos que responderam a esta questão).

Dos 101 indivíduos que transmitiram a opinião de não existir correspondência entre a qualidade e o preço no correio azul, 60% atribui este facto ao preço que considera demasiado elevado. Por outro lado, 29% apontam a qualidade como factor de insatisfação e 11% embora tivessem transmitido a opinião de que não haveria paralelo entre a qualidade e o preço, não apontaram qual o factor responsável pela sua insatisfação. Tomam relevo nesta análise dois factos, por um lado o de existir 41% de indivíduos na Grande Lisboa que opinam que a qualidade é baixa de tal modo que se torna o factor de desequilíbrio relativamente aos preços praticados, por outro lado nas Regiões Autónomas, todos os indivíduos apontam o preço como factor da sua insatisfação para com o serviço de correio azul.

Para o correio normal, dos 91 respondentes que afirmam haver um desequilíbrio entre o preço e a qualidade deste serviço, 50% apontam o preço alto e 40% a qualidade baixa, como factores responsáveis por este desequilíbrio (10% não deram qualquer resposta).

### 3.5

## **AVALIAÇÃO GLOBAL DO SERVIÇO DE CORREIOS**

---

A avaliação global que este capítulo se propõe tratar compõe-se de duas abordagens; uma de quantificação da opinião (avaliação de 1 a 20) sobre o serviço de correios de uma forma generalizada, tendo o inquirido em mente, os aspectos abordados ao longo de todo o inquérito e outra de qualificação da evolução registada na actividade de correios, ao longo dos últimos cinco anos.

### 3.5.1 Avaliação global dos correios

Em termos médios para o total do país e relativamente às respostas dos 1081 inquiridos da amostra, apurou-se como avaliação global do serviço de correios 13,8 valores (numa escala de 1 a 20).

#### Classificação global do serviço de correios



#### Médias da avaliação global

#### do serviço de correios segundo as regiões do país

13,8	Grande Lisboa	14,0
	Grande Porto	12,7
	Resto do País	13,9
	Regiões Autónomas	13,3

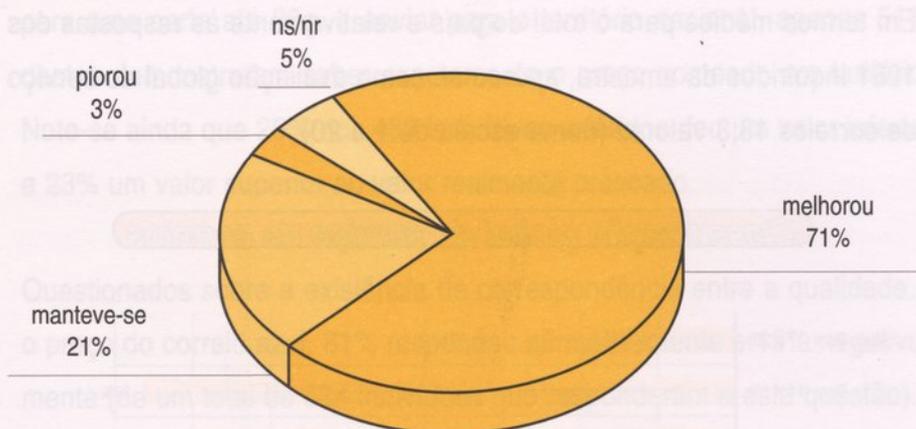
Base: total dos inquiridos (1081)

É a Grande Lisboa a região onde os inquiridos parecem mostrar maior grau de satisfação para com o serviço de correios.

### 3.5.2 Evolução do serviço de correios nos últimos cinco anos

No total do país, a maioria das respostas (71%), apontam para uma melhoria do serviço nos últimos cinco anos. Existem no entanto, 21% que afirmam que a situação se manteve e 3% que a situação piorou. Verificou-se a existência de 5% de não respondentes.

### Evolução do serviço de correios nos últimos 5 anos



Na tentativa de pormenorizar a avaliação do serviço, cruzou-se a avaliação quantitativa com a questão da existência de paralelo entre a qualidade e o preço, nos serviços de encomendas, correio azul e correio normal. Conclui-se que o preço alto do correio azul e a qualidade baixa no serviço de encomendas podem ser factores que contribuem para uma menor satisfação com o serviço de correios no seu todo. Esta conclusão advém da observação de uma avaliação média global do serviço de correios menor nestes casos; 12,7 para os respondentes que julgaram o preço alto do correio azul e 11,2 para os respondentes que julgaram a qualidade baixa do serviço de encomendas.

### Médias da avaliação global do serviço de correios segundo a opinião dos inquiridos sobre a existência de paralelo entre a qualidade e o preço do serviço telefónico e o factor que compromete esse paralelo

		encomendas	correio azul	correio normal
paralelo	sim	14,1	14,2	14,0
	não	12,9	12,8	13,0
factor de insatisfação	preço alto	13,2	<b>12,7</b>	12,9
	qualidade baixa	<b>11,2</b>	12,2	12,6

Base: inquiridos que responderam a cada uma destas questões

O cruzamento das opiniões sobre a evolução do serviço de correios nos últimos cinco anos e a avaliação média do serviço global de correios, permite concluir que 14,3 é a avaliação média que traduz a opinião de que o serviço de correios melhorou nos últimos cinco anos. Por outro lado, 11,2 valores traduzem a insatisfação patenteada por aqueles que acreditam ter ocorrido uma degradação do serviço, no período considerado.

**Médias da avaliação global do serviço telefónico segundo a opinião dos inquiridos sobre a evolução do serviço telefónico nos últimos 5 anos**

<b>13,8</b>	Inquiridos que respondem que o serviço de telecomunicações nos últimos 5 anos <b>melhorou</b>	<b>14,3</b>
	Inquiridos que respondem que o serviço de telecomunicações nos últimos 5 anos <b>se manteve</b>	12,7
	Inquiridos que respondem que o serviço de telecomunicações nos últimos 5 anos <b>piorou</b>	11,2

**Base:** total dos inquiridos que responderam a esta questão (983)

Com o intuito de avaliar a satisfação dos que, em princípio têm maior conhecimento dos correios, apurou-se a média da avaliação do serviço para os indivíduos que dizem enviar correspondência e ir a estações de correios com maior frequência, tendo-se concluído que os indivíduos nestas condições são dos que atribuem classificação mais elevada ao serviço no seu todo (14 valores quer para os que enviam mais do que 10 cartas por mês quer para os que vão a estações pelo menos uma vez por semana).

**Médias da avaliação global do serviço de correios**

**segundo o número de cartas enviadas por mês**

13,7	não envia cartas	13,7
	menos de 1 carta	13,6
	1 carta	13,9
	2 a 3 cartas	13,9
	4 a 6 cartas	14,0
	7 a 10 cartas	13,4
	mais de 10 cartas	14,0

Base: total dos inquiridos que responderam a esta questão (1008)

**Médias da avaliação global do serviço de correios**

**segundo a frequência de ida às estações**

13,8	pelo menos uma vez por semana	14,1
	de 1 a 3 vezes por mês	13,7
	raramente ou nunca	13,6

Base: total dos inquiridos que responderam a esta questão (1015)

## 4

**Metodologia**

## 4.1

**UNIVERSO**

O Universo é constituído pelos indivíduos residentes em Portugal continental e nas regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, com idades compreendidas entre os 18 e os 74 anos.

## 4.2

**AMOSTRA**

A amostra é constituída por 1081 indivíduos, tendo sido estratificada por habitat - dimensão populacional das localidades - e região - Grande Lisboa, Grande Porto, Regiões Autónomas e Resto do País. A cada estrato resultante do cruzamento destas duas variáveis atribui-se um número de entrevistas proporcional ao seu peso no Universo.

Para efeitos de 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> (idade : 18 - 74)	<i>% no</i> <i>universo</i>	<i>amostra</i>	<i>% na</i> <i>amostra</i>
Litoral Norte	1.522.285	22.2	239	22.1
Grande Porto	719.569	10.5	114	10.5
Interior Norte	919.589	13.4	145	13.4
Litoral Centro	996.352	14.5	158	14.6
Grande Lisboa	1.510.911	22.1	237	21.9
Interior Sul	866.907	12.7	139	12.9
Reg. Autónomas	314.344	4.6	49	4.5
Total	6.849.957	100.0	1.081	100.0

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 18 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 de 1991.

#### **4.3** TÉCNICA DE RECOLHA DA INFORMAÇÃO

---

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

#### **4.4** RECOLHA DA INFORMAÇÃO

---

A recolha da informação decorreu entre 10 de Dezembro de 1996 e 6 de Janeiro de 1997, tendo sido assegurada por uma empresa especializada.

#### **4.5** TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

---

Os resultados nacionais têm por base uma amostra de 1081 entrevistas, que se caracteriza por um grau de confiança de 95%, admitindo um erro de amostragem de 3%.

A amostra foi estratificada por grandes regiões, de acordo com o quadro que seguidamente se apresenta:

<i>Regiões</i>	<i>Número de entrevistas</i>	<i>%</i>
Grande Lisboa	237	21.9
Grande Porto	114	10.5
Reg. Autónomas	49	4.5
Resto do País	681	63.0
<b>Total do País</b>	<b>1.081</b>	<b>100.0</b>

O tratamento de resultados foi feito informaticamente por uma empresa contratada, tendo o ICP posteriormente realizado novo tratamento de resultados. O procedimento adoptado pelo ICP de refazer o tratamento informático das respostas aos inquéritos teve como objectivo não só uma maior flexibilidade de análise, no sentido de poder cruzar quaisquer tipo de questões e, em simultâneo, efectuar o presente relatório, como também verificar a correcção das conclusões apresentadas pela empresa contratada.

## 5

### Executive Summary

#### 5.0

#### Preamble

#### **ISSUE OF THE REPORTS CONCERNING SERVICE QUALITY**

ICP - Instituto das Comunicações de Portugal (Portuguese Communications Institute) is the regulatory body of the communications sector in Portugal, carries out its activity under the tutelage of the Minister for the Equipment, Planning and Administration of the Territory, and its main purposes are to support the Government in the coordination and planning of the public use communications sector, representing the sector and managing the radio spectrum.

32

Out of the aspects on which the Regulation of the Market that is made by ICP is based on, it stands out the monitoring and control of the quality of the services. The importance of the quality-related aspects is acknowledged whether by operators in the liberalised markets, within a perspective of increasing the number of customers and getting their loyalty, or by operators within the reserved market, with the objective of increasing the business and preparing for the liberalisation.

Concerning the services provided under exclusivity, the definition of quality measurement indicators and the establishment of the respective limit values are an integral part of the Postal and Telecommunications Pricing Conventions, reached between ICP, the General Direction for the Commerce and Competition and the respective operator (Correios de Portugal - Portuguese Postal Services - or Portugal Telecom) and are also an integral part of the Agreement reached between ICP and Portugal Telecom.

ICPI's performance as the entity that upholds the quality of the services is materialised by the establishment and verification of the observance of

the indicators, concerning the activity carried out by the telecommunications and postal operators.

The verification of the observance of the limits established for the service quality indicators is carried out by ICP through a two-way system: monitoring and control.

Through monitoring, ICP follows the evolution of the values observed for the service quality indicators which are read on a quarterly basis by the Portuguese Postal Operator and Portugal Telecom.

Alongside with this activity, ICP carries out a control action, through the performance of independent studies and audits, so as to validate the values put forward by the operators<sup>1</sup>.

Based on this, and following the previous year's actions, the results of the studies carried out by ICP concerning the year of 1996<sup>2</sup> are hereby published. Thus, the main conclusions, as well as the details on the analysis of the various aspects of the quality, are available to the general public.

*1 In case of non fulfilment of the established limits, ICP triggers a sanctioning system, which can take the form of a price deduction, in case of conventioned services, or the payment of contractual fines in case of services that are included in the agreement reached between Portugal Telecom and ICP.*

*2 Alongside these publications, ICP has an updated homepage accessible via Internet (<http://www.icp.pt>), featuring the Institute's major guidelines, including those concerning the main conclusions of the quality studies. The call reporting service had not been evaluated in 1995.*

Through this study, it was intended to evaluate the perception of the postal services, from a sample of the population.

The main items that were focused range from the external and internal appearance of the post offices to the practicality, customer service and postal services as a whole.

In practicality, several items are evaluated, such as the use of automatic stamp selling machines, the material put at the disposal of the customers and the posting of information concerning the various services, among others.

Concerning the customer service, it was intended to reflect the people's opinion on the workers' efficiency and politeness and the waiting time in lines.

Regarding the approach of the postal services as a whole, the sample respondents were asked as to the opening hours, the number of mail collections and the price-quality relationship (value for money) of the postal services. Furthermore, it was asked an opinion on the evolution of the quality of the services provided by the postal operator as a whole, with the purpose of getting a generalised answer.

Given the dynamics of the postal activity, the study that was carried out approaches new matters when compared with the study from 1995. Thus, the respondents were asked to mention advantages and disadvantages of the enlargement of the range of services provided in the post offices, including the question of whether they know about the information's free phone number "Correios em Directo", among others.

## 5.2 OBJECT OF STUDY

This study has the purpose of observing the perception of the customers concerning several aspects of the post offices and postal services.

Concerning the post offices, aspects related to the external and internal condition of the offices, the opening hours, the posting of information and the availability of support materials, among others, are observed.

Concerning the evaluation of the postal services, opinions were gathered as to aspects related to the mail collection and distribution, the forwarding delay, the price of some services, mail delivery mistakes and the orders service.

## 5.3 FINDINGS

- In average for the whole country, and concerning the answers of the 1081 respondents within the sample, the global evaluation of the postal service reached 13.8 (in a scale of 1 to 20), thus not showing a significant alteration in relation to the 1995 evaluation (13.4);
- Concerning the evolution in the last five years, 71% of the respondents think there was an improvement in the postal service;
- Regarding a possible enlargement of the set of services provided at the post offices, 76% showed their agreement, given a growing degree of comfort (25%) and an easier access to the services (13%). The contrary opinion was upheld by 17% of the respondents and was based on the suspicion that such policy would bring the inconvenient of larger waiting time in lines (22%);
- The majority of the respondents (76%) is not aware of the free telephone service, "Correios em Directo" for the provision of information on the postal services;

- 94% of the respondents agree with and are favourable to the external and internal aspect of the post offices;
- Pens and glue are the main materials lacking in many of the observed post offices (37% and 26%, respectively);
- The main lacks in the post offices are the information on the services provided in each counter (27%) and the information (whether posted or included in leaflets) on the specifications of the services (23%);
- 25% of the respondents think that the offices' opening hours are not appropriate. The most voted alternatives by the respondents were the evening, until 8 pm (44%), Saturday mornings (25%) and lunch hour (22%);
- In spite of the postal workers having been considered friendly in general, it was observed that 6% of the respondents said otherwise;
- 17% of the respondents said they were dissatisfied with the workers' willingness to help solving some problems;
- After the presentation of various alternatives for the organisation of the service counters, the respondents selected a system of specific counters per type of service, including turn tickets (38%);
- Out of the total respondents, 68% say they wait in line, in average, a period that can go up to 10 minutes. On the other hand, 32% say they wait more than 10 minutes;
- 31% of the respondents say that the number of mail collection posts are not enough;
- 22% of the total respondents say they are unaware of the existence of special boxes for the priority mail "correio azul";

- 75% of the total respondents do not know that there is a lower stamp price for letters of up to 20 gr. in the automatic machines, in relation to the counter prices;
- 47% of the respondents that use the orders service said they would be open to the existence of a (hypothetical) home order delivery service, outside the normal opening hours of the post offices, requiring the payment of a supplement over the price defined in the tariff list for the orders;
- The orders service quality is satisfactory in general, whether concerning the conditions of the orders in their reception (95% are satisfied) or the respective pick up period established by the postal services (90% are satisfied);
- 77% of the respondents think that there is a correlation between the quality and the price of the orders service. Out of the remaining people who said otherwise, 79% say that price is the main factor leading to the unbalance;
- When put before several options for the reception of magazines, 68% preferred the reception at the mail box, even if that implies that they come slightly folded. As a second choice, they prefer receiving their magazines at home, outside the opening hours of the post offices (hypothetical service), requiring the payment of a supplementary amount. Only a small minority (the remaining 12%) has agreed in going to the post office;
- 17% of the total respondents said they were dissatisfied due to the frequent switch of addresses when delivering the mail;
- Out of the 51% of total respondents that said they knew the forwarding delay pattern of the blue mail, 20% think that that pattern is not fulfilled;

- Out of the 19% respondents that showed to be aware of the forwarding delay patterns of the regular mail, 32% are dissatisfied with the fulfilment of that pattern;
- Only 10% of the total individuals of the sample (1081) know the price of the priority mail (letter up to 20g with recipient in the national territory);
- Only 23% of the total individuals of the sample (1081) know the price of the standard mail “Correio Normal” (letter up to 20g with recipient in the national territory);
- Out of the 19% of respondents that think there is no parallel between the quality and price of the priority mail, 60% attributes that fact to the price, which is thought to be too high;
- Out of the 13% of respondents that think there is no parallel between the quality and price of the regular mail, 50% attributes that fact to the high price, and 40% to the low quality, as factors leading to that unbalance.

#### 5.4 **RECOMMENDATIONS**

---

- Disclosing of the free phone number “Correios em Directo” to the customers and encouraging its use;
- To provide the post offices with the supporting materials necessary for carrying out the services, namely concerning pens and glue (the main items lacking in this study);
- To render information on the services provided in each counter of the post offices and specific disclosure of each service, in the form of leaflets available at the counters or of posting on the post offices, regarding the characteristics, quality standards ensured to the customers (namely forwarding delays) and prices;

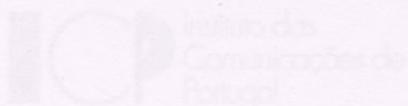
- More flexibility in terms of working hours of the post offices, according to a given regional coverage, so as to create alternatives to the customers making use of the postal services, which might consequently contribute to a decrease of the waiting time in lines. This shall also be a consequence of the following recommended measure;
- Enlargement of the number of the automatic stamp selling machines, so as to facilitate the customers' access to the services, whether in the regions where there are no post offices yet, or in the regions where they do exist, in a way to increase the availability period. The increase of the number of these machines should also pursue the objective of allowing the equity in the use of lower prices (even if only for the letters of up to 20g) to all the country's population;
- A better training of the workers that provide services on the post office counters, with the purpose of making them aware of the need to show their receptiveness and availability in helping the customers in the procedures necessary for accomplishing the services, such as (as an example) filling in the forms, assembling the order boxes, information on alternatives for sending mail / orders and faxes;
- Increasing the number of mail collection posts, namely those for priority mail, while there should be priority mail collection in every standard mail collection post. Simultaneously, the existence of these posts should be disclosed, as well as the importance of depositing the mail in the respective post, so that the mail forwarding delay can be ensured to its customers;
- There should be a careful planning of the route per mailman, so as to avoid mistakes when delivering the mail. It is also desirable the fixation of these routes in relation to the mailmen, in order to facilitate their knowledge of the addresses, thus avoiding mistakes when delivering the mail;

- The disclosure of the prices and standard forwarding delays of the various services to the customers might be accomplished through the methods already referred in prior recommendations, such as the supporting free phone number "Correios em Directo" and the distribution of leaflets of posting of this information on the post offices, as well as, more directly, the posting on the mail boxes, mail collection posts and on the automatic stamp selling machines.

# Relatórios

publicados

1. *Percepção da Qualidade do Serviço de Correios 95*
2. *Percepção da Qualidade do Serviço de Telecomunicações 95*
3. *Qualidade de Atendimento nas Estações de Correios 95*
4. *Qualidade do Serviço dos Postos Públicos 95*
5. *Qualidade dos Serviços Telefónicos Especiais de Apoio ao Consumidor 95*
6. *Percepção da Qualidade do Serviço de Correios 96*



Concepção e Produção



Tiragem: 500 exemplares  
Maio 1996

Impresso por Teófilo Pereira, SA  
Dist. Legal Nº 12564/96

## publicados

The disclosure of the prices and standard forwarding delays of the various services to the customers might be accomplished through the methods already referred in prior recommendations, such as the supporting free phone number "Correios em Direto" and the distribution of notices and the posting of this information in the post offices, as well as, more directly, the posting of notices in the post offices and the distribution of notices in the post offices.

1. Percepção da Qualidade do Serviço de Correios 95
2. Percepção da Qualidade do Serviço de Telecomunicações 95
3. Qualidade de Atendimento nas Estações de Correios 95
4. Qualidade do Serviço das Postas Públicas 95
5. Qualidade dos Serviços Telefônicos Especiais de Apoio ao Consumidor 95

8. Percepção da Qualidade do Serviço de Correios 95



Edição



Concepção e Produção



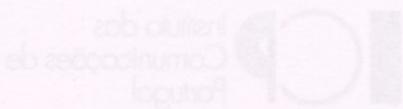
**J SARMENTO**  
design

Tiragem: 500 exemplares  
Maio 1998  
Impresso por: Tipografia Peres, SA  
Dep. Legal Nº 125641/98



Faint text or stamp in the top right corner.

Edição



Concepção e Produção



L. LARSEN & ASSOCIADOS

Tiragem: 250 exemplares  
Maio 1999  
Impressão por Tipografia Fines, SA  
Dep. Legal Nº 12584/99



**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) 619 80 00  
Fax: (351-2) 619 80 01

**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

**EMAIL**

[info@icp.pt](mailto:info@icp.pt)

**URL**

[www.icp.pt](http://www.icp.pt)

**LINHA VERDE / PUBLIC ATTENDANCE**  
0-800 20 66 65

