

Apesar de três dos cinco tópicos analisados neste estudo apresentarem índices de satisfação superiores a 60%, deve ser considerado os baixos resultados obtidos com os demais itens que merecem cuidado e projetos de melhoramento. Contudo, a média geral obtido foi de 44,80%, com desvio padrão de 17,55%.

6.3 Produtos e Serviços

Tabela 20 - Produtos e Serviços

Produtos e Serviços	Satisfação (%)	Desvio Padrão (%)	Válidos
30. Qualidade de informações sobre os serviços da Gran Moto Honda	64,68	17,70	94
31. Processo de oferecimento dos serviços	62,24	17,91	98
32. Material informativo disponibilizado sobre serviços (folders, cartazes)	62,50	19,61	88
33. Satisfação geral – Produtos e Serviços	59,20	16,06	100

Fonte: Dados da amostra

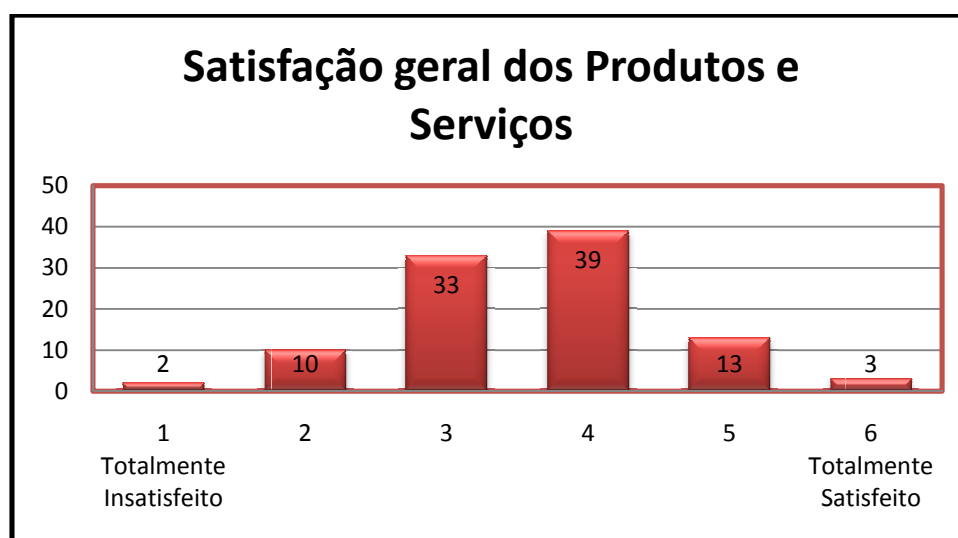


Gráfico 31 - Avaliação geral dos Produtos e Serviços

Fonte: Dados da Amostra

No geral esta avaliação apresentou índice de 59,20% de satisfação, representado no gráfico 31.

Neste bloco procurou se analisar a satisfação dos clientes com relação aos produtos e serviços oferecidos pela concessionária, qualidade, processo de oferecimento e o material informativo para sua comercialização, ou seja, todo o processo que influencia de maneira direta na decisão de compra do cliente.

6.4 Recursos Tecnológicos

Tabela 21 - Recursos Tecnológicos

Recursos Tecnológicos	Satisfação (%)	Desvio Padrão (%)	Válidos
34. Qualidade das informações do site	66,55	20,75	55
35. Facilidade na concessão de financiamentos	74,00	12,94	50
36. Facilidade na concessão de vendas à crédito (cheques pré-datados e cartões de crédito)	62,31	17,27	50
37. Variedade das opções de financiamento	67,03	18,71	50
38. Qualidade dos serviços da concessionária	58,02	20,45	100
39. Satisfação geral - Recursos Tecnológicos	66,15	15,97	100

Fonte: Dados da amostra

Fazendo-se uma análise da satisfação dos clientes em relação aos recursos tecnológicos temos com alto índice a facilidade na concessão de financiamento nas compras realizadas na concessionária (74%). Neste tópico 12% dos entrevistados declararam estar totalmente satisfeitos, índice 6. Além de 79% declarar grau de satisfação entre 3 e 5, o que representa um resultado muito bom.

O financiamento de motocicletas é o principal produto comercializado na concessionária, o que demonstra sua relativa importância para a estabilidade da empresa. Esta situação foi diagnosticada no gráfico 32:

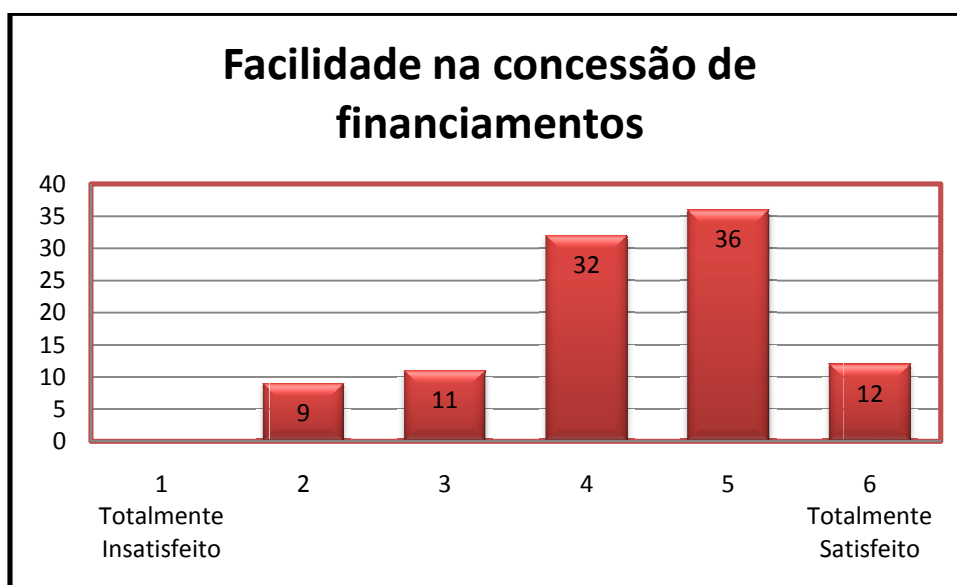


Gráfico 32 - Facilidade na concessão de financiamentos

Fonte: Dados da Amostra

Dentro deste mesmo tópico ficou com pior índice o item que avaliou a qualidade dos serviços da concessionária com 58,02%.

Podemos analisar esse resultado através do gráfico 33, nele ficou evidenciado que 3% dos entrevistados declararam nível 6 de satisfação, mas 35% opinou com grau 3, o que representa insatisfação, por isso o resultado relativamente inferior aos demais itens do mesmo tópico.

O que também contribuiu para este resultado foi o fato de 5% declarar estar totalmente insatisfeito, grau 1.

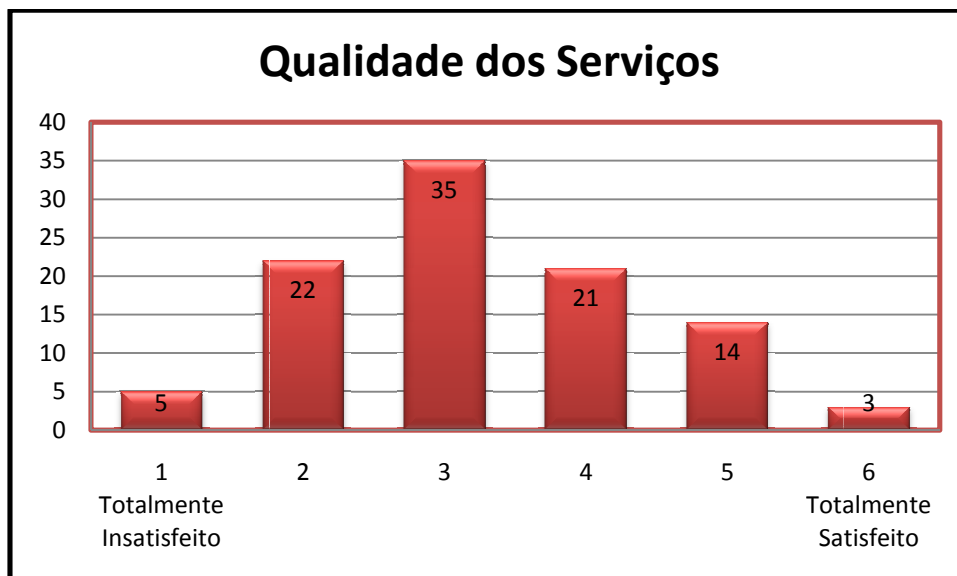


Gráfico 33 - Qualidade dos serviços da concessionária

Fonte: Dados da Amostra

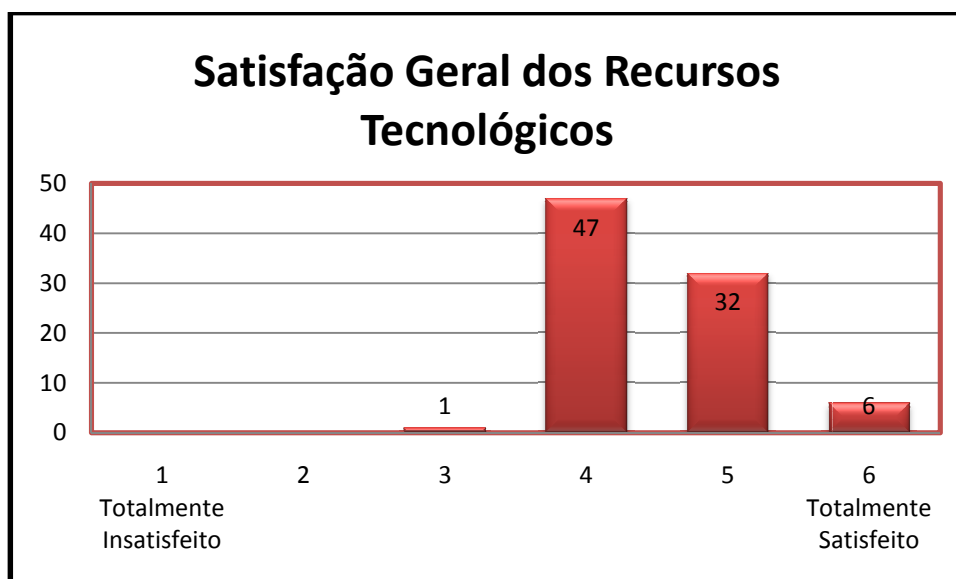


Gráfico 34 - Avaliação geral dos Recursos Tecnológicos

Fonte: Dados da amostra

Analisando-se os resultados obtidos com as perguntas direcionadas a satisfação do cliente em relação aos recursos tecnológicos, verificamos que na grande maioria dos itens constatou-se média acima de 60%.

O tópico que apresentou o maior índice de satisfação foi a facilidade na concessão de financiamentos com 74%, fato este que constata-se pelas

opções da liberação de compras de motocicletas financiadas por diferentes agências bancárias.

6.5 Satisfação Geral

Tabela 22 - Satisfação Geral

Satisfação Geral	Satisfação (%)	Desvio Padrão (%)	Válidos
40. Satisfação geral quanto aos serviços oferecidos	56,2	18,79	100

Fonte: Dados da amostra

Conforme se demonstra no gráfico abaixo 41% dos entrevistados declararam nível geral 4 de satisfação, o que equivale a estar 60% satisfeito. Na análise 37% da amostra apresentou insatisfação, alegando níveis de 1 a 3.

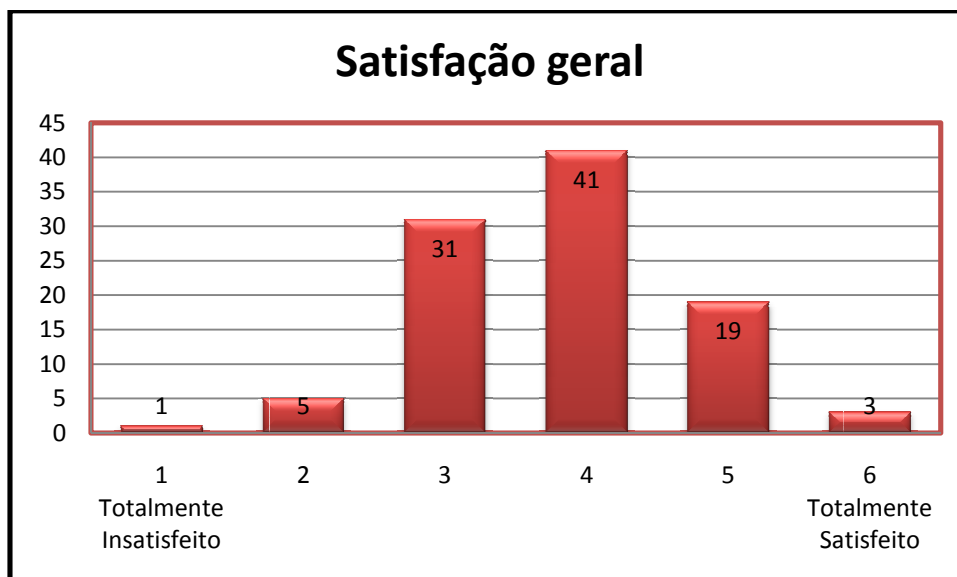


Gráfico 35 - Satisfação geral

Fonte: Dados da amostra

Tabela 23 – Avaliação Geral dos Blocos

Avaliação Geral dos Blocos	Satisfação (%)	Desvio Padrão (%)	Válidos
Satisfação – Atendimento dos Funcionários	64,40	19,40	100
Satisfação – Atendimento Telefônico	59,36	21,04	87
Satisfação – Atendimento do Gerente	46,90	28,42	94
Satisfação – Recursos e Instalações	44,80	17,55	100
Satisfação – Produtos e Serviços	59,20	16,06	100
Satisfação – Recursos Tecnológicos	66,15	15,97	91
Média	56,80	19,74	95

Fonte: Dados da amostra

Através da análise da Tabela 23 podemos confirmar o nível de satisfação geral obtido em relação aos serviços prestados pela concessionária Honda Gran Moto, já que o índice de satisfação foi praticamente o mesmo. Podemos diagnosticar que a maioria dos itens analisados necessitam de atenção, principalmente os recursos e instalações e o atendimento telefônico que ficaram com percentuais de nível de satisfação inferiores a 60%.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizado este estudo ocorrido na Concessionária Gran Moto Honda seguem-se as considerações finais deste trabalho.

Há de se considerar que o trabalho desenvolvido por esta empresa quanto à qualidade dos serviços prestados ocorre de forma normal, dentro dos padrões onde de acordo com o observado durante a entrevista é que os problemas existem, mas procura-se sanar os mesmos de acordo com a realidade da empresa e necessidade dos clientes.

7.1 CONCLUSÃO

Destaca-se que este trabalho objetivou analisar a prestação de serviços da Concessionária Gran Moto Honda. Desta forma, a satisfação do cliente foi analisada através da aplicação de uma entrevista individual e de um questionário, onde foram feitas perguntas que viessem a esclarecer como os clientes se sentem em relação aos serviços oferecidos pela empresa.

Como objetivos específicos procurou indicar quais os indicadores de satisfação junto aos clientes da concessionária e verificar qual o nível de satisfação atribuído a cada item identificado.

Reconhecendo as transformações causadas pelas constantes mudanças ocorridas no mercado, observa-se que o comportamento dos clientes também estão mudando, e isso exige da empresa uma nova postura, que precisa demonstrar eficiência em relação aos serviços oferecidos.

Ao identificarmos o que os clientes desejam e como se sentem em relação à empresa podemos elencar ações a fim de transformar os desejos e necessidades dos clientes em padrões de desempenho da empresa.

Para que os objetivos pudessem ser atingidos foi realizado dois tipos de pesquisas. Primeiramente, foi realizada uma entrevista em profundidade objetivando identificar os principais indicadores de satisfação nos clientes, ou seja, uma pesquisa qualitativa. Foram abordados pela maioria dos clientes entrevistados itens como qualidade no atendimento, o tempo de espera ao atendimento e as dificuldades encontradas para se financiar uma motocicleta.

A partir dos itens abordados pelos clientes, partiu-se para a pesquisa quantitativa

Portanto, com estes resultados encontrados, pôde-se observar que os clientes estão de modo geral satisfeitos com os serviços prestados pela empresa, percebendo-se alguns tipos de problemas em relação a esta área, mas que podem ser corrigidos pela administração, uma vez que esta prioriza a satisfação e principalmente a fidelização dos seus clientes, pois são estes que levarão o nome da empresa a outros.

7.2 RECOMENDAÇÕES

O advento da globalização proporcionou a diversificação de produtos e serviços com o intuito de preservar a credibilidade da clientela existente e conquistar novos nichos de mercado. Em meio a esse cenário de avanços e enriquecimentos tecnológicos, os clientes estão cada vez mais exigentes, seletivos, sofisticados e com um alto grau de expectativas em relação ao atendimento e ansiosos para que seus problemas, desejos e necessidades sejam imediatamente atendidos.

Com relação aos resultados obtidos acerca da avaliação dos serviços da concessionária Gran Moto Honda com seus clientes, recomenda-se que haja a sequência desse estudo, uma vez que este é importante, visando a melhoria e qualidade dos serviços prestados pela concessionária.

7.3 LIMITAÇÕES

A limitação é que se pretendia uma pesquisa com um número maior de entrevistados, mas percebeu-se que a maioria é cliente novo e os demais não possuem

presença constante, houve também grande dificuldade por parte dos clientes em realizar a pesquisa, onde alguns por não entenderem o objetivo da pesquisa preferiram não participar do estudo.

Todo trabalho sempre apresenta limitações, haja vista que o mesmo não pode ser estudado em sua totalidade

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBRECHT, Karl, BRADFORD, Lawrence J. **Serviços com qualidade: a vantagem competitiva – como entender e identificar as necessidades dos seus clientes.** São Paulo: Ed. Makron Books, 1992.

ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços: como as empresa podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes.** 5.ed.,São Paulo: Pioneira, 1998.

CHURCHILL Jr., Gilberto A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes.** -2ª Ed. – São Paulo: Saraiva, 2003.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

CORRÊA, Henrique.; CAON, Mauro. **Gestão de Serviços – Lucratividade por meio de operações e de satisfação de clientes.** São Paulo: Atlas, 2002.

COBRA, Marcos, **Marketing de serviço financeiro.** São Paulo: Cobra Editora & Marketing, 2000.

GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA. Henrique Luiz. **Administração Estratégica de Serviços: operações para a satisfação do cliente.** 1ª. Ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GRIFFIN, Gerald R. **Maquiavel na administração: Como jogar e ganhar o jogo do poder na empresa.** São Paulo: Atlas, 1998.

GRONROOS, Christian. **Marketing: Gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade.** Rio de Janeiro: Campus, 1995.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing** – análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas 1998.

KOTLER, Philip., ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z**. Rio de Janeiro: Campus: 2003.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos** – 7ª. Edição – 2. Reimpr. – São Paulo : Atlas, 2006.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2002.

MCCARTHY, E. J.; PERREAUULT Jr, W. D. **Marketing essencial: uma abordagem gerencial e global**. São Paulo: Atlas, 1997.

MOREIRA, Daniel. A. **Administração da produção e operações**. 1. ed. São Paulo: Thomson. Pioneira, 2002.

MOTTA, Paulo César. **Pesquisando a satisfação do consumidor**. Rio de Janeiro: Imprinta Express, 1999.

RUST, Roland T., ZEITHAML, Valarie A., LEMON, Katherine N. **O valor do cliente: O modelo que está reformulando a estratégia corporativa**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

SCHIFFMANN, Leon G., KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do Consumidor** – 6ª. Edição – Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SHETH, Jagdish N.; Mittal, Banwari; Newman, Bruce I.; Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo – Atlas, 2001

VAVRA, Terry G. Marketing de relacionamento: São Paulo: Atlas, 1993.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE PESQUISA
QUESTIONÁRIO APLICADO AO CLIENTE DA GRAN MOTO CAMPINA
GRANDE MOTORES LTDA.

A presente pesquisa objetiva levantar dados para elaboração do Trabalho de Conclusão do acadêmico do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, o qual visa avaliar o grau de satisfação dos clientes em relação aos serviços prestados pela empresa Gran Moto Campina Grande Ltda. De Campina Grande, Paraíba.

Na certeza de contar com a colaboração de todos, desde já agradeço.

1ª Etapa - ENTREVISTA INDIVIDUAL

1. Gênero:

Masculino

Feminino

2. Estado civil:

casado

solteiro

separado

viúvo

3. Idade:

21 a 30 anos

30 a 40 anos

40 a 50 anos

50 a 60 anos

60 anos acima

4. Grau de Instrução:

Analfabeto

- Fundamental completo
- Fundamental incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Médio Incompleto
- Superior completo
- Superior incompleto
- Outros: _____

5. Renda mensal familiar:

- 1 salário mínimo
- 2 a 3 salários mínimos
- 4 a 5 salários mínimos
- 6 a 7 salários mínimos
- acima de 8 salários mínimos

6. Qual a sua profissão?

7. O que levou você a ser cliente da concessionária?

8. Há quanto tempo que é cliente da concessionária:

- 0 a 1 ano
- 2 a 4 anos
- 5 a 7 anos
- 8 a 10 anos
- acima de 10 anos

8. Com referência à periodicidade, quantas vezes você vem à concessionária:

- Raramente
- Uma vez por semana
- Mais de uma vez por semana
- Uma vez por mês
- Mais de uma vez por mês

9. Em sua opinião quais são os pontos fortes da concessionária?

10. E os pontos fracos?

11. Você indicaria esta concessionária para algum amigo:

Sim

Não

12. Você possui motocicleta em outra concessionária?

Sim

Não

13. Você tem alguma sugestão para esta concessionária?

APÊNDICE – B
2ª Etapa – QUESTIONÁRIO
Questionário Pesquisa de Satisfação

11. Assinale na escala abaixo seu grau de satisfação referente a cada uma das questões, variando de (1) Totalmente Insatisfeito a (6) Totalmente Satisfeito:

ATENDIMENTO							Não opinou
- Atendimento Pessoal (pelos funcionários)							
1. Atenção dispensada pelo funcionário ao cliente	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
2. Educação e cortesia no atendimento	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
3. Compreensão de seus problemas e dúvidas pelo funcionário	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
4. Resolução de seus problemas pelo funcionário	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
5. Qualidade e clareza das informações prestadas pelo funcionário a você	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
6. Conhecimentos dos serviços pelos funcionários	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
7. Rapidez do funcionário na realização do atendimento	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
8. Cumprimento de prazos dados pelo funcionário para atender sua solicitação	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
9. Relacionamento com os clientes	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
10. Avaliação geral quanto ao atendimento dos funcionários	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>

- Atendimento telefônico							
11. Facilidade de obter atendimento via	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>

telefone							
12. Tempo de espera no atendimento telefônico	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
13. Obtenção de retornos/ respostas	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
14. Qualidade dos serviços de atendimento telefônico (Oficina, Peças e Consórcio)	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
15. Avaliação geral quanto ao atendimento telefônico	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>

- Atendimento Gerencial							
16. Disponibilidade do gerente para o atendimento	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
17. Atenção dispensada pelo gerente ao cliente	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
18. Educação e cortesia no atendimento do gerente.	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
19. Resolução de problemas pelo gerente	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
20. Qualidade no atendimento realizado pelo gerente	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
21. Relacionamento com os clientes	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
22. Conhecimento dos serviços pelo gerente	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
23. Avaliação geral quanto ao atendimento do gerente	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>

RECURSOS E INSTALAÇÕES DA CONCESSIONÁRIA							
24. Ambiente físico da concessionária (limpeza, iluminação, climatização)	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
25. Conforto	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
26. Segurança	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
27. Tempo de espera pelo atendimento	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>

28. Estacionamento	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
29. Avaliação geral quanto aos recursos e instalações da concessionária	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>

PRODUTOS E SERVIÇOS

30. Qualidade de informações sobre os serviços da Gran Moto Honda	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
31. Processo de oferecimento dos serviços	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
32. Material informativo disponibilizado sobre serviços (folders, cartazes)	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
33. Avaliação geral quanto aos produtos e serviços oferecidos pela concessionária	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>

ASPECTOS TÉCNICOS

34. Facilidade na concessão de financiamentos	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
35. Facilidade na concessão de vendas à crédito (cheques pré-datados e cartões de crédito)	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
36. Variedade das opções de financiamento	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
37. Qualidade dos serviços da concessionária	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
38. Avaliação geral quanto aos serviços oferecidos pela concessionária	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>

SATISFAÇÃO GERAL

39. Em relação aos itens anteriores qual seu grau de satisfação geral em relação aos serviços prestados pela concessionária Gran Moto Honda	1. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
---	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------