

**SOCIEDADE DE ENSINO SUPERIOR AMADEUS – SESA
FACULDADE AMADEUS – FAMA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ELISANGELA SANTOS ELIODORIO

**QUALIDADE, PADRÕES E PROCESSOS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DO
RANKING DE QUALIDADE**

Aracaju-SE

2017

ELISANGELA SANTOS ELIODORIO

**QUALIDADE, PADRÕES E PROCESSOS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DO
RANKING DE QUALIDADE**

**Trabalho de Conclusão de Curso - TCC
apresentado à Sociedade de Ensino Superior
Amadeus - Faculdade Amadeus, para
obtenção do título de Graduação pelo Curso
de Graduação em Administração.**

**Orientador: Prof. M.Sc. Cleriston Santos
Silva**

Aracaju-SE

2017

E42q ELIODORIO, Elisangela Santos

Qualidade, padrões e processos : uma análise
comparativa do ranking de qualidade / Elisangela Santos
Eliodorio. – Aracaju, 2017.

65f.

Orientador: Prof. Msc. Cleriston Santos Silva.

TCC (como requisito para obtenção do grau de bacharel em
Administração.) – Faculdade Fama, 2017.

1. Administração 2. Ranking de qualidade 3. Satisfação - cliente
I –SILVA, Cleriston Santos (orient.) II - Título

CDU: 658 (043.2)

ELISANGELA SANTOS ELIODORIO

**QUALIDADE, PADRÕES E PROCESSOS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DO
RANKING DE QUALIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC apresentado à Sociedade de Ensino Superior Amadeus - Faculdade Amadeus, para obtenção do título de Graduação pelo Curso de Graduação em Administração.

Prof. Me. Cleriston Santos Silva
Orientador

Prof. Me. Paulo Sérgio Melo dos Santos
Coordenador do Curso

Aprovada em ____ / ____ / ____

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, pois foi ele quem nos deu o dom da vida e dedico também à pessoa que mais me inspira Clívia Rolemberg Andrade que é a mulher mais guerreira que conheço e admiro e a minha filha Ana Luiza a quem amo demais.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus que permitiu tudo isso acontecesse ao longo da minha vida, e em todos os momentos é o maior mestre que alguém pode conhecer.

Agradeço a todos os professores por me proporcionar o conhecimento não apenas racional, mas a manifestação do caráter e afetividade da educação no processo, em especial ao professor Aglaelson que sempre nos orientou para ir em busca do sim porque o não já está dado. Valeu!!

Agradeço também ao meu orientador Cleriston que nunca deixou que desistisse de fazer este trabalho de conclusão o qual sempre disse palavras de apoio como essa: (há tempo é só correr, você não está nem com o olho o roxo de não dormir). Kkkkk a quem serei eternamente grata.

A Faculdade Fama que insistentemente ligou (né Professor Willams) para que eu fizesse parte do seu quadro de alunos e sempre me deu todos os instrumentos que eu chegasse ao sucesso. Fama Sempre será sucesso!!! meus eternos agradecimentos.

Aos meus pais, minha Irmã, meu esposo e minha filha pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

Agradeço em Especial a Gama Comércio de veículos Ltda, sem ela não seria possível a conclusão deste trabalho, meus Gerentes Márcio Prado e Luciano Guimarães Obrigada pelo apoio e pela oportunidade dada.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo geral analisar o Programa de Qualidade Total (PQT) da concessionária Gama Comércio de Veículos situada em Aracaju. Propõe-se, especificadamente, em descrever o processo de implantação na gestão de qualidade; analisar a sua posição (evolução) no ranking em relação sua política comercial de qualidade adotada pelo Grupo PSA Peugeot Citroen 2017, para alcançar os melhores resultados do Ranking de Qualidade dentre as concessionárias do grupo no Brasil, identificando assim os pontos fracos e fortes ou dificuldades e limitações na implantação. Para isso, utilizou-se do método comparativo com análise documental, sendo um estudo de caso onde os principais resultados, destacam-se: a) Qualidade. b) Satisfação do Cliente. c) Ranking de Qualidade. d) Vantagens e Desvantagens.

SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
CUSTOMER CARE	Serviço de Atendimento ao Consumidor
EQC	Engenharia de Qualidade do Conselho
ISSO	Organização Internacional de Normalização
NBR	Norma Brasileira Regulamentadora
PQT	Programa de Qualidade Total
PV	Pós Venda
SOS	Standards Operacionais Peugeot
VN	Venda de Novos

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ciclo de envio de pesquisa de satisfação.....	30
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Recomendação de vendas.....	38
Gráfico 2: Emotion Drive vendas.....	39
Gráfico 3: Motion experience.....	40
Gráfico 4: Incidentes na entrega.....	41
Gráfico 5: Atendimento.....	42
Gráfico 6: Recomendação da concessionária.....	43
Gráfico 7: Total care (entrega/restituição).....	44
Gráfico 8: Retorno da oficina.....	45
Gráfico 9: Atendimento ao cliente.....	46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Vantagens do processo de qualidade.....	17
Quadro 2: Finalidades de auditoria.....	18
Quadro 3: Trimestres das pesquisas de satisfação.....	29
Quadro 4: Faixa de atingimento de percentual.....	33
Quadro 5: Chave de acesso a premiação de vendas.....	35
Quadro 6: Chave de acesso a premiação de pós-vendas.....	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1 Quanto aos Conceitos	16
2.2 Qualidade	16
2.3 Surgimento da Qualidade.....	17
2.4 Processo de Qualidade	18
2.4.1 Percurso Gerente	18
2.5 Vantagens do Processo de Qualidade	19
2.6 Desvantagens do Processo de Qualidade	19
2.7 Auditoria	19
2.8 Tipos de Auditorias.....	20
2.9 Processo de Auditoria de Qualidade	21
2.10 Estado da Arte.....	21
3 METODOLOGIA.....	23
3.1 Quanto a Abordagem	24
3.2 Quanto aos Objetivos.....	25
3.3 Método Comparativo	25
3.4 Quanto aos Procedimentos.....	26
4 ANÁLISE OU DISCUSSÃO DOS RECURSOS.....	27
4.1 Descrição da Empresa.....	28
4.1.1 Pesquisas de satisfação.....	28
4.1.2 O processo das pesquisas mensais da qualidade	29
4.1.3 O Ranking da Qualidade	31
4.2 Política de Qualidade	32
4.2.1 A premiação da Qualidade ocorre em duas frentes:.....	32
4.3 Auditoria	34
5 APURAÇÕES DOS RESULTADOS PARA A PREMIAÇÃO.....	34
5.1 A Apuração e Pagamento – vendas e pós vendas	36
5.2 Destinação dos Recursos da Premiação	36
6 ANÁLISES COMPARATIVA DO RANKING DE QUALIDADE	37
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
REFERÊNCIAS.....	48

ANEXOS.....	50
ANEXO 1: Ranking Qualidade Trimestral 2016 (Período – Fev / Mar / Abr) – Vendas - Peugeot.....	51
ANEXO 2: Ranking Qualidade Trimestral 2016 (Período – Fev / Mar / Abr) – Vendas - Peugeot.....	52
ANEXO 3: Ranking Qualidade 2017 (Período – Fev-17 / Mar-17 / Abr-17) – Vendas – Peugeot.....	53
ANEXO 4: Ranking Qualidade 2017 (Período – Fev-17 / Mar-17 / Abr-17) – Pós-Vendas – Peugeot.....	54
ANEXO 5: Ranking Qualidade 2016 (Período – Mai / Jun / Jul) – Vendas – Peugeot.....	55
ANEXO 6: Ranking Qualidade 2016 (Período – Mai / Jun / Jul) – Pós-Vendas – Peugeot	56
ANEXO 7: Ranking Qualidade 2017 (Período – Mai-17 / Jun-17 / Jul-17) – Vendas – Peugeot.....	57
ANEXO 8: Ranking Qualidade 2017 (Período – Mai-17 / Jun-17 / Jul-17) – Vendas – Peugeot.....	58
ANEXO 9: Relatório de Fechamento	59
ANEXO 10: Tabelas de revisão 2017 - 1	60
ANEXO 11: Percurso do Gerente VN (Vendas Novos).....	61
ANEXO 12: Percurso do Gerente PV (Pós Venda).....	62
ANEXO 13: Pesquisa Realizada Pela Concessionária	63
ANEXO 14: Pesquisa Realizada Pela Montadora	64
ANEXO 15: Premiação 1º Trimestre 2017.....	65
ANEXO 16: Premiação 2º Trimestre 2017.....	66

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, as empresas estão enxergando qualidade como essencial no mercado de prestação de serviços em geral, principalmente no ramo das concessionárias, as montadoras estão percebendo que ao implantar um processo de qualidade na organização, está sendo algo que gera lucro e por outro lado na visão do cliente a melhoria dos serviços prestados.

As montadoras exigem que suas concessionárias apliquem sua política de qualidade, mas para que isso ocorra os colaboradores passam a ser treinados e também passam a ser multiplicadores desta política, principalmente os colaboradores *front-line* (linha de frente) a partir deles a melhoria passa a ser vistas pelos clientes e conseqüentemente pelo administrador da organização.

Através das pesquisas de satisfação junto ao cliente a organização pode medir se a implantação do processo está sendo realizado com eficácia. A montadora, por sua vez se utiliza da pesquisa para medir como sua concessionária está seguindo a Política de Qualidade através do Programa de Qualidade Total (PQT), assim obtendo num ranking as que mais se destacam na aplicação dos processos.

O sistema de qualidade surgiu com intuito de mostrar a importância dos serviços prestados. A implantação do sistema de qualidade em concessionária ela regida pela ISO 9001 serve para regulamentar o processo dos serviços.

A organização a qual foi realizada análise deste estudo, segue as políticas e processos de qualidade. Por trabalhar na concessionária e ser responsável por tal setor, motivada e por possuir os dados e autorização para utiliza-los, tenta-se responder a problemática deste trabalho.

Diante dos empecilhos por mim identificados no processo do sistema de qualidade da concessionária Gama Peugeot, surgiu a pergunta: “De que forma a concessionária pode melhorar no seu processo de qualidade para atingir melhor posição no ranking 2018”?

Assim, o objetivo desta pesquisa é Analisar o Programa de Qualidade Total (PQT) em uma concessionária, programa esse que está baseado nos veículos vendidos ou Veículos declarados. Especificamente se propõe em: descrever o processo de implantação na gestão da qualidade; analisar a sua posição (evolução) no ranking em relação sua política de qualidade adotadas para alcançar os melhores resultados do Ranking; identificar os pontos fortes e francos ou dificuldades e limitações na implantação.

Conforme Rodrigues *apud* Albernás (2013, p.43),

A finalidade da gestão de qualidade inicialmente é melhorar os resultados das organizações, tornarem os processos mais eficientes e o bem-estar dos trabalhadores, ressalta-se que são contínuos os aprimoramentos dos programas de qualidade, pois as novas demandas, não importando as origens, exigem dinâmica na melhoria constante.

De modo que ao trabalhar o processo de qualidade os gestores perceberam que é de suma importância para a empresa pesquisada, entenderam também que é uma forma de planejar ações de qualidade, organizar, gerenciar e controlar os seus processos. Evuindo no atendimento prestado aos clientes, em busca de novos e fidelizando assim os clientes existentes. Alcançando a melhor posição no Ranking de qualidade das concessionárias da marca e como consequência ser mais competitiva no mercado de automóveis e lucratividade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O estudo do projeto de pesquisa apresentará resultados da análise comparativa do PQT e do seu processo de qualidade, e logo após seus resultados e a melhor forma de obter o processo de qualidade conforme rege a política de qualidade da marca e pronto para as auditorias semestrais.

2.1 Quanto aos Conceitos

Este subtópico tem por objetivo apresentar os conceitos de autores sobre a temática desta pesquisa, levando a melhor compreensão sobre qualidade e suas definições, surgimento, processo e vantagens e desvantagens e tipos de auditoria e seus processos.

2.2 Qualidade

Com a reestruturação das empresas a qualidade total na prestação de serviço em concessionárias, passou a ser um ponto de extrema importância para as organizações que atuam na área de prestação de serviços em concessionárias, pois as montadoras estão trabalhando forte para qualificar e treinar suas equipes. Eles perceberam que o cliente satisfeito + treinamento das equipes = Qualidade Total.

Segundo Hoffman et al (2010, p. 374), qualidade de serviço é:

Os dois conceitos-satisfação do cliente e qualidade de serviço estão sem dúvida, entrelaçados. Entretanto, relação entre eles não é tão evidente. Alguns acreditam que a satisfação do cliente leva à percepção da qualidade do serviço, ao passo que para outros, a qualidade do serviço resulta na satisfação do cliente (HOFFMAN *et al* 2010, p.374).

De acordo com Falconi (2004, p.2), “qualidade é a preferência do consumidor é isso quem garantirá sobrevivência de sua empresa, a preferência do consumidor pelo seu produto em relação ao seu concorrente, hoje e no futuro”.

Então a qualidade leva a satisfação do cliente em qualquer âmbito e leva as empresas que prestam serviços de qualidade a serem competitivas no mercado.

O sistema de qualidade é regido pela ISO 9001¹, a qual “define os requisitos para colocar um sistema de gestão da qualidade em vigor. Ela ajuda empresas a aumentar sua eficiência e a satisfação do cliente”.

ABNT NBR ISO 9001 tem por base algumas regras que nos dará a certeza que a empresa ficará valorizada na vista do cliente, de forma mais sólida, para implantação da gestão da qualidade para que as empresas consiga implantar esta gestão ela tem que ter: Foco no cliente, Liderança, Engajamento das pessoas, Abordagem de processo, melhoria, decisão baseada em evidências e gestão no relacionamento.

Qualidade é uma palavra que está sendo sempre comentada ou falada por diversas pessoas e estudiosos nos países e no mundo, a qualidade passou a ser palavra chave para empresas de qualquer âmbito, concessionárias e principalmente das montadoras de veículos que passaram a melhorar os processos e adequar a empresa com foco no cliente em fazer, vender e prestar serviços e atendimento de alta qualidade para o encantamento e a satisfação do seu cliente.

Segundo Deming apud Carvalho (2005, p. 13) “qualidade é a satisfação das necessidades do cliente, em primeiro lugar”.

Já para Hoffman *et al* (2010, p. 373) “qualidade é enganoso e abstrato, é difícil de defini-lo e medi-lo.

Conforme Albrecht apud Las Casas (2008, p.6) “Qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação.

Assim a qualidade é algo que percebido ou sentido pelo cliente, onde o encantamento e a satisfação do cliente é o foco principal.

2.3 Surgimento da Qualidade

A palavra "qualidade". Procede do latim *qualitatem*, termo criado por Cícero quando traduzia Platão. A base é o pronome *qualis*, "de que natureza". Tem a ver com a pergunta "qual?". (PERISSÉ, 2010)

¹ ISO 9001. **ABNT NBR ISO 9001: 2015** Como usar. Disponível em: <<file:///C:/Users/eli0d/Downloads/9001portalcomousarok.pdf>> Acesso em 14 maio 2017.

A qualidade surgiu na época de Elton Mayor na escola das relações humanas onde foram realizadas pesquisas na companhia norte-americana Westem Eletric, a qual fabricava equipamentos telefônicos, com o objetivo de identificar se existia alguma influência na produtividade.

O controle de qualidade hoje é visto nas organizações com um papel muito importante na prestação de serviços e produtos, no Brasil e nas concessionárias que é o foco de projeto de pesquisa.

De acordo com Info Escola², a qualidade que hoje se conhece:

Só surgiu por causa da segunda guerra mundial. Naquela época já existia uma certa preocupação com a qualidade dos produtos, o que significava garantir que todos os produtos fabricados teriam as mesmas características e não apresentariam defeitos, na medida do possível. Para isso, foram criados os inspetores de qualidade, responsáveis por inspecionar produto por produto.

2.4 Processo de Qualidade

Na concessionária a qual foi realizada a pesquisa, o processo de qualidade segue a política da marca e um a um dos *stakeholders* passam por formação, para que se certifique que este processo foi aprendido e para se certificar disso a marca se utiliza de alguns recursos para ter a certeza que processo está correto são eles:

- Percurso Gerente
- Auditória
- Entrevistas com os clientes

2.4.1 Percurso Gerente

É um roteiro que é feito semanalmente pelos gerentes, de vendas e pós venda simulando a visão do cliente, seguindo etapas desde o momento que o cliente entra na concessionária até entrega do veículo e no após venda, vai desde a recepção do cliente pelo consultor de serviço até a entrega do veículo após a realização dos serviços.

² INFOESCOLA. **Historia da qualidade**. Disponível em:
<<http://www.infoescola.com/administracao/historia-da-qualidade/>> Acesso em: 14 mai. 2017.

2.5 Vantagens do Processo de Qualidade

O sistema de qualidade tem de algumas vantagens que norteiam o seu processo de implantação nas organizações.

VANTAGENS	
1	Satisfação dos clientes torna os clientes mais fiéis e auxilia na lucratividade e aumenta a concorrência entre as empresas, superando as expectativas dos clientes.
2	Melhoria dos serviços prestados um atendimento mais eficaz e com maior agilidade.
3	Melhoria da qualidade dos produtos;
4	Qualidade de vida dos colaboradores equipe motivada que da uma melhor qualidade de vida;
5	Equipe treinada a apta a prestar serviços de qualidade com treinamento de 100% dos colaboradores tanto presencial com online e dando uma valorização aos <i>stakeholders</i> ;
6	Rapidez para identificar problemas e soluciona-los tratativa das insatisfações do cliente com rapidez;

Quadro 1: Vantagens do processo de qualidade

Fonte: Elaborado pela autora baseado na pesquisa realizada.

2.6 Desvantagens do Processo de Qualidade

Como desvantagens pode-se destacar que o aumento de custos acaba sendo repassado para os clientes e é imprescindível a existência de um bom clima organizacional. Assim, a empresa tendo os funcionários motivados e mantendo o processo, não será possível manter o mesmo padrão de qualidade e no atendimento e uma perfeição na forma de tratar o cliente.

2.7 Auditoria

A auditoria é uma forma de constatação de que os processos e procedimentos estão sendo executados conforme os objetivos e a política da organização que se vai auditar, tendo como os principais tipos internas ou externas.

De acordo com o Manual de Auditoria do administrador (2014, p.8)

Auditoria consiste no exame cuidadoso e sistemático das atividades desempenhadas pela empresa, organização órgão ou instituição, cujo objetivo é averiguar se elas estão de acordo com as disposições planejadas e/ou estabelecidas previamente, se foram implementadas com eficácia e se estão adequadas aos objetivos.

Segundo Monaretto apud Segundo Araújo (2008, p. 10)

Palavra “auditoria” origina-se do latim *audire* (ouvir), e teve seu início no século XIX, em decorrência da Revolução Industrial, sendo que era necessário auditar as novas corporações que substituíam a produção artesanal. Ainda o mesmo autor, aponta que de modo geral a auditoria pode ser definida como o processo de confronto entre uma situação encontrada e um determinado critério, [...]

A auditoria é realizada para constatar “in loco” (no local) se tudo que a organização pré-estabeleceu em sua política está sendo realizado, assim ela constata através de planilhas de acompanhamento e fotos do que está sendo auditado.

FINALIDADES DA AUDITORIA	
1. Comprovar a conformidade com as leis, normas, políticas, diretrizes, e todo universo normativo;	6. Avaliar as medidas adotadas para a consecução dos objetivos e metas da empresa, bem como, a preservação dos ativos e do patrimônio evitando o desperdício de recursos.
2. Avaliar as formas de controles existentes e sua adequada obediência;	7. Avaliar a confiabilidade, segurança, fidedignidade e a consistência dos sistemas administrativos, gerenciais e de informações;
3. Identificar procedimentos não recomendados ou feitos em duplicidade, sugerindo sua correção;	8. Avaliar o previsto com o realizado e os efeitos causados nos objetivos e metas, identificando as causas de desvio de seu atingimento, quando houver;
4. Identificar os setores e áreas críticas, avaliando os riscos potenciais e proporcionar as bases para sua solução;	9. Identificar áreas que concorrem para aumento e/ou diminuição de custos e/ou receitas;
5. Melhorar o desempenho e aumentar o êxito das organizações por meio de recomendações oportunas e factíveis;	10. Recomendar e acompanhar a implantação de mudanças;

Quadro2: finalidades de auditoria.

Fonte: Manual de Auditoria do Administrador (2014, p.8)

2.8 Tipos de Auditorias

As auditorias estão divididas em dois tipos: interna que é realizada por um funcionário da empresa com as habilidades e competências e formação para sua realização com intuito de auditar o processo conforme a política da empresa, e: a externa é feita por uma

empresa ou terceiro que é contratado para este fim de auditar os processos conforme aos regulamentos e política comercial da organização. Neste trabalho vamos abordar a auditoria externa que seguirá percurso gerente na visão do cliente, política comercial e SOS Peugeot do Brasil.

2.9 Processo de Auditoria de Qualidade

É um processo pelo qual a concessionária passa semestralmente para identificar se os processos estão sendo realizados conforme a política de qualidade da e o que a marca preconiza desde a entrada do veículo na concessionária até a entrega do veículo ao cliente e (05) dias após o contato final para saber se o cliente está Satisfeito com a aquisição na área de vendas, e no pós venda: da entrada do veículo para serviço até (03) após a saída, pois neste tempo ele é pesquisado para saber como foi feito o serviço do seu bem e se está satisfeito ou não com serviço prestado.

Segundo Ishikawa apud Falconi (2004, p.131) o auditor:

põe assumir uma pilha de formulários e check lists, mas sem o conhecimento baseado em experiência ele não conduzirá bem a sua função [...] Auditorias devem ser usadas para promover a qualidade, não para inspecionar.

Caso haja alguma irregularidade no processo, seria realizados um Plano de ação para que essa irregularidade seja sanada, isso vale para pontuar o PQT que é o ponto final das pesquisas trimestrais as quais essa pesquisa vai analisar através do comparativo dos (02) trimestres de 2016 e 2017.

2.10 Estado da Arte

O trabalho de pesquisa de Policani (2005), com título “Qualidade em serviços no contexto da competitividade” abordou conceitos e aspectos tradicionalmente empregados no âmbito da qualidade em serviços, destacando técnicas e metodologias que buscam a Excelência em Serviços e a mensuração da qualidade em serviços. “O autor procura apresentar claramente

com seu artigo que um processo bem executado também contribui para a Excelência em Serviços”.

O autor se utilizou da abordagem qualitativa / Subjetiva como metodologia, para desenvolver melhor o tema através de pesquisas, aplicação de questionários entre outros.

De acordo com Cronin & Taylor apud Policani (2005, p. 4):

Os critérios que melhor definem a qualidade de um serviço particular, os critérios que são mais importantes e que os que geram mais satisfação (insatisfação) do cliente; o relacionamento entre a qualidade dos serviços e o grau de satisfação do cliente; o impacto da qualidade do serviço e satisfação do cliente nas intenções de consumo.

Segundo Albrecht apud Policani (2005, p7):

Devido às características intrínsecas aos serviços, um modelo de gerenciamento visando a excelência em serviços pode ser composto por três elementos fortemente relacionados, no qual o cliente é considerado como peça fundamental para o sucesso empresarial.

De acordo com pesquisa de Albernás (2013), intitulada “A Importância da Implantação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ)” apresenta claramente com seu trabalho de pesquisa a importância da implementação da gestão de qualidade nas empresas é de suma necessidade para a Excelência nos Serviços prestados aos clientes.

Conforme Rodrigues Apud Albernás (2013, p.43),

A finalidade da gestão de qualidade inicialmente é melhorar os resultados das organizações, tornarem os processos mais eficientes e o bem-estar dos trabalhadores, ressalta-se que são contínuos os aprimoramentos dos programas de qualidade, pois as novas demandas, não importando as origens, exigem dinâmica na melhoria constante.

A metodologia utilizada pelo autor para analisar essa implantação foi à abordagem qualitativo-quantitativa, se utilizando essas abordagens ele responde seu objetivo geral.

O trabalho de pesquisa de Monaretto (2008), tendo como tema “Auditoria interna em concessionária de veículos, através da contabilidade integrada” objetivo principal desde trabalho foi demonstrar que o departamento contábil de uma empresa pode suprir a necessidade que a organização tem de um departamento específico de auditoria interna. “Com o trabalho o autor percebe que a melhor forma de saber se os processos estão sendo seguidos é bem gerenciado é pela auditoria interna”.

Na maioria dos casos, a maneira mais segura de gerenciar a implantação é através de um departamento de Auditoria Interna na empresa, já nas grandes empresas, pode ser a solução, mas esta não seria para muitas outras, que ficariam sem opção, pois para a maioria (médias empresas) não seria viável economicamente, para responder seus objetivos foi utilizada pelo autor a metodologia com a abordagem exploratória e bibliográfica.

Monaco e Guimarães (2000), no seu trabalho de pesquisa denominado “Gestão da Qualidade Total e Qualidade de Vida no Trabalho”, abordam uma dimensão pouco explorada, que enfoca a introdução de programas de qualidade total (PQT) e sua influência na qualidade de vida no trabalho (QVT) na gerência de administração (GERAD) da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT), uma empresa pública prestadora de serviços.

A abordagem empírica e qualitativa foi à utilizada pelo autor para responder os objetivos do trabalho de pesquisa.

Segundo Garvin apud Monaco (2000, p. 69)

Pela primeira vez, altos executivos, em nível de presidência e alta diretoria, expressam interesse na qualidade, ligando-a com lucratividade, definindo-a do ponto de vista do cliente e requerendo sua inclusão no processo de planejamento estratégico.

O autor verificou que o PQT faz parte do Programa Nacional de Qualidade e Produtividade que, mediante a reavaliação de sua forma de gestão e relacionamento com empregados, se vem buscando na empresa: aumentar os níveis de produtividade, reduzindo custos e melhorando a qualidade na prestação dos serviços.

3 METODOLOGIA

Esta investigação tem por objetivo um estudo qualitativo dos processos e padrões, descrevendo cada um deles e como eles podem impactar na implantação da qualidade total em uma concessionária, baseada na análise documental dos índices do PQT, que são os levantamentos das pesquisas realizadas com os clientes. Assim, realizar uma análise comparativa da influência da implantação dos padrões e processos da qualidade total e no PQT.

Sendo assim o processo é uma sequência de atividades organizadas que transformam as entradas dos fornecedores em saídas para os clientes, com um valor agregado gerado pela unidade conjunto de causas que geram um ou mais efeitos (MONTEIRO et al, 2005, p. 213)

3.1 Quanto a Abordagem

O trabalho contará com a abordagem qualitativo-quantitativa e exploratória. Qualitativa porque se utilizara de dados oriundos dos arquivos da organização, sites, livros e artigos e quantitativa porque são utilizados dados de pesquisas já realizadas pela organização e montadora e assim realizar um comparativo dos semestres.

Segundo Assis (2008, p. 20), pesquisa qualitativa é:

Uma pesquisa descritiva, cujas informações não são quantificáveis; os dados obtidos são analisados indutivamente; a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa.

Já para Prodanov (2013, p. 70), é considerada “que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números”.

De acordo com Matias (2012, p87):

Parte do entendimento de que existe uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo real e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa.

Em suma, a pesquisa qualitativa será analisada através de documentos fornecidos pela concessionária para identificar o porquê de não chegar ao objetivo proposto do programa de qualidade.

A pesquisa quantitativa para Assis (2008, p. 20), é “a que traduz em números as opiniões e informações, utilizando técnicas estatísticas para serem classificadas e analisadas”.

Prodanov (2013, p. 69), pesquisa quantitativa “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”.

Já para Roesch (2006, p.130),

Se o Propósito do projeto implica medir relações entre variáveis (associação ou causa-efeito), ou avaliar o resultado de algum sistema ou projeto, recomenda-se utilizar preferentemente o enfoque da pesquisa quantitativa e utilizar a melhor estratégia de controlar o delineamento da pesquisa para garantir uma boa interpretação dos resultados.

Logo, realizando este tipo de pesquisa, ajudará a mensurar dado (documentos fornecidos pela concessionária) os quais responderão o objetivo geral deste trabalho.

3.2 Quanto aos Objetivos

Classifica-se como a do tipo exploratória. Segundo Pandonav (2013, p. 52) significa “orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir um novo tipo de enfoque para o assunto”.

Este tipo de pesquisa “tem como finalidade proporcionar maiores informações sobre determinado assunto, facilitar a delimitação de um tema de trabalho”. Sendo assim, pesquisa exploratória tem como objetivo auxiliar o docente ou discente em sua fundamentação teórica do respectivo trabalho. (Assis 2008, p. 18)

Segundo Vergara (2013, p.42), “Não deve ser confundida com leitura exploratória, **é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado.** Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ao final da pesquisa”.

3.3 Método Comparativo

Analisando assim um comparativo das principais Alavancas no primeiro semestre de 2016 e 2017, e de que forma a organização pode agir quando há um resultado não satisfatório e desta forma a empresa pesquisada poderá atuar para reverter esse resultado.

Conforme Assis (2008, p.12) método comparativo procura:

Identificar semelhanças e explicar diferenças entre grupos, pessoas, sociedades, culturas, sistemas e organizações políticas, padrões de comportamento familiar ou religioso etc. Seu objetivo é entender o comportamento humano, não só no presente, como também no passado. Ele se propõe a explicar o fenômeno por meio da análise completa de seus elementos. (ASSIS, 2008, p.12).

Já de acordo com Prodanov (2013, p, 38) o método comparativo é “centrado em estudar semelhanças e diferenças, esse método realiza comparações com o objetivo de verificar semelhanças e explicar divergências”.

Desta forma, este trabalho utilizará dados existentes e assim ajudará a realizar tal comparativo.

3.4 Quanto aos Procedimentos

Os procedimentos utilizados neste trabalho, contará com o estudo de caso que será realizado através de uma análise documental, procurando explorar profundamente o tema abordado no processo de qualidade. Os documentos necessários serão disponibilizados pela empresa.

Conforme Yin apud Roesch (2006, p. 155) estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto.

Estudo de caso para Assis (2008, p.20) é quando envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento.

Logo, o estudo de caso é forma de investigação estratégica de dados que se utilizam as evidencias dos métodos quantitativos e quanto qualitativa ou até mesmo exploratórios para que se possa dar um parecer completo e a conclusão completa no estudo que se queria realizar.

De acordo com Matias (2012, p.89) a análise documental é quando elaborada a partir de materiais que não receberam tratamento analítico

Para Assis (2008, p.19) documentos primários, originais, chamados “de primeira mão”, isto é, ainda não utilizados em estudos ou pesquisa: dados estatísticos, documentos históricos, correspondência epistolar de personalidades etc.

Assim, a análise documental é feita em cima dos documentos que foi disponibilizado pela organização que se vai pesquisar ou analisar.

4 ANÁLISE OU DISCUSSÃO DOS RECURSOS

Neste tópico será abordada análise dos dados documentais do processo de qualidade, quanto a sua implantação e tudo que envolve a sua posição no Ranking de qualidade, respondendo assim o objetivo geral deste trabalho.

4.1 Descrição da Empresa

O Grupo PSA Peugeot Citroen é uma empresa de marca Francesa que está atua no mercado de automóveis e tem como objetivo encantar o cliente e buscando assim a sua satisfação e a confiabilidade nos prazos dos contratos fechados e garantia dos produtos, qualidade e com o compromisso de treinar pessoas para melhor prestar estes serviços.

Em decorrência dos bons resultados da marca, a Peugeot inaugurou uma concessionária Eiffel Veículos em Aracaju, situada a Rua Rafael Aguiar, 286, Bairro Cirurgia e foi inaugurada no dia 22 de Julho de 2003 com a presença de Diretor Manoel Caetano, esteve no mercado de Aracaju por 11 anos, prestando serviços de qualidade e valorizando a marca Peugeot. Mas, para dar seguimento ao processo a Eiffel veículos finalizou sua história no mercado Sergipano passando a concessão da Peugeot em Sergipe para o GRUPO GAMA, passando o nome de Eiffel Veículos para Gama Comércio de Veículos Ltda.

A empresa Gama renasce como integrante de um dos maiores grupos de venda de veículos novos e seminovos do estado, juntamente com o Diretor Sergio Gama. A empresa hoje contém 15 funcionários que atende os departamentos de vendas e pós venda, com uma estimativa de 250 passagens de veículos ao mês nas áreas de compra/venda e manutenção de veículos.

Estando presente no mercado a partir de junho de 2014 e hoje situada na Rua Olavo da Cunha Lima, 16, Bairro Ponto Novo, nesta capital, atende ao Padrão BLUEBOX da PEUGEOT, a Gama fortalecendo sua relação junto ao cliente e garantindo satisfação e respeito.

A marca tem a meta de manter a qualidade e seus produtos qualifica seus colaboradores possibilitando um crescimento para que se possa prestar um serviço de qualidade agregando valor de mercado a marca trazendo lucro e competitividade.

4.1.1 Pesquisas de satisfação

A pesquisa de satisfação é a parte fundamental no processo (cliente e empresa), pois com ela conseguimos mensurar resultados os quais mostrarão aonde devemos melhorar nos serviços prestados.

4.1.2 O processo das pesquisas mensais da qualidade

Este processo é realizado em três etapas cujas serão descritas abaixo:

a) Processo de pesquisa vendas: este processo inicia-se com a vinda do cliente ao atendimento de vendas de veículos, que é atendido pelo consultor após realização do Emotion-Drive (teste-drive). Feita a negociação e o fechamento da venda do veículo disponível em estoque é programada a data e hora para entrega do mesmo ao cliente. No momento da entrega é declarado e a Peugeot passa ter ciência da venda confirmando assim a efetivação da mesma.

Após (05) dias, o cliente recebe uma ligação do consultor que lhe fará a primeira pesquisa de satisfação a qual procura medir as primeiras impressões do veículo comprado. Finalizando a pesquisa, existindo algum tipo de reclamação ou insatisfação é passado para o Gerente de vendas. Caso não seja da área de vendas tal insatisfação será tratada pelo o de pós-venda que deve solucionar antes que a segunda pesquisa seja realizada.

Passando-se 15 dias é realizada a segunda pesquisa, que desta vez é feita pela montadora, é encaminhado um questionário para o e-mail cujo qual foi informado pelo cliente no momento da compra.

O prazo que o Grupo PSA Peugeot Citroen tem para enviar os dados do cliente e do veículo para a França é 15 dias. Esses dados são necessários para realização da segunda pesquisa. De lá a pesquisa é enviada via e-mail ao cliente responderá um total de (28) perguntas, dentre elas as chaves de acesso ao Ranking da Qualidade de Vendas que são:

❖ **VE (Vendas) QA31 – Recomendação (% de notas 9 e 10);**

- ✓ VE - Vendas
- ✓ QA - Qualidade no atendimento

Nas pesquisas pode-se atribuir notas de 0 a 10, mas para a montadora a nota válida é somente 9 e 10.

- ✓ 31 - Código de reconhecimento da questão.

❖ **VE (Vendas) QC14 – Motion Experience (% de notas 9 e 10);**

- ✓ VE – Vendas

- ✓ QC – Questão de comportamento do entregador
- ✓ 14 – Código da questão

❖ **VE (Vendas) Q18 – Problemas na entrega (% de respostas Sim)**

- ✓ VE - Vendas
- ✓ Q - Qualidade na entrega
- ✓ 18 – Código da questão

Caso o cliente de uma resposta diferente ou menor que 7 é disparado um *Hot Alert* (alerta que é dado para notas abaixo de 7) para o e-mail dos gestores (Dono da Concessionária, Gerentes de Vendas, Pós Venda e (RQ) Responsável de Qualidade), a concessionária tem o prazo de 7 dias uteis para reverter a nota pra 9 ou 10.

b) Processo de pesquisa Pós-Venda: As pesquisas são realizadas no (03) dia após a realização de qualquer serviço feito na concessionária, o cliente recebe uma ligação da Concessionária que é realizada pela (RQ) Responsável de Qualidade, faz um total de (05) perguntas seguindo um *script* de perguntas (no anexo o questionário), para saber como foi o serviço realizado.

Caso o cliente relate alguma insatisfação sobre o serviço realizado isso poderá gerar um retorno ou até mesmo um retrabalho. O pós-venda tem um prazo de (04) dias uteis para solucionar a insatisfação.

Diariamente é enviado o cadastro do cliente para o site de pesquisa IPSOS (site de pesquisa da Peugeot) situada em São Paulo no qual o mesmo envia tal cadastro para França nas Segundas e Quintas-feiras e da França parte as pesquisas de satisfação enviada diretamente no e-mail que o cliente informou para o consultor de serviços, pesquisa contendo 23 perguntas. Este ciclo tem o prazo total de (07) dias.

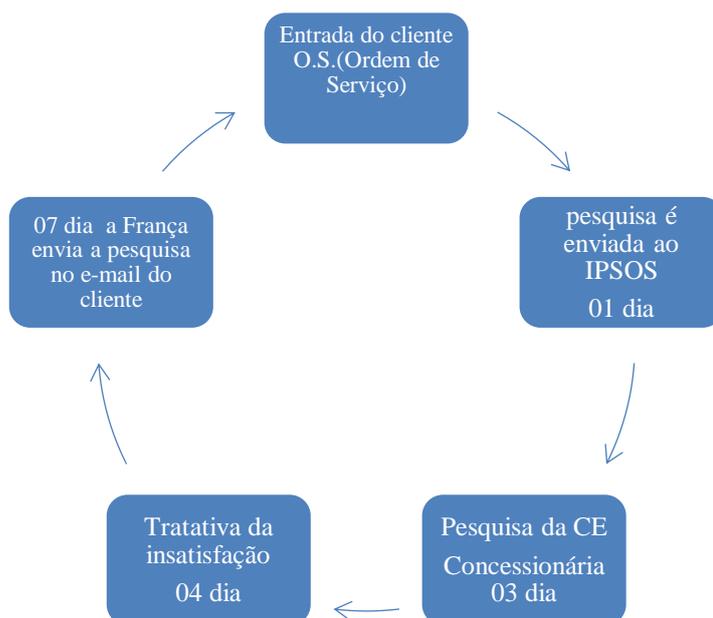


Figura 01: Ciclo de envio de pesquisa de satisfação

Fonte: Elaborado pela autora, baseado no processo de pesquisa pós-venda.

Dentre elas as chaves de acesso ao Ranking da Qualidade do pós-venda que são:

- ❖ **PV (Pós Venda). QA26 – Recomendação (% de notas 9 e 10);**
 - ✓ PV – Pós Venda
 - ✓ QA - Questão de atendimento
 - ✓ 26 – Código da questão
- ❖ **PV (Pós Venda). Q24 – Retorno de Oficina (% de respostas Sim).**
 - ✓ Q - Qualidade nos serviços
 - ✓ 24 – Código da questão

Da mesma forma que acontece em vendas o *Hot Alert* e disparado para Dono da Concessionária, Gerentes de Vendas, Pós Venda e (RQ) Responsável de Qualidade caso cliente dê alguma nota abaixo de 7, (alerta que é dado para notas abaixo de 7) e é dado um prazo de 7 dias uteis para se reverter a nota para 9 ou 10.

4.1.3 O Ranking da Qualidade

Ranking é formado por concessionarias de todo Brasil da Marca, pois quem determina o posicionamento são as pesquisas de satisfação, ou melhor, (o Cliente). Estas pesquisas são realizadas mensalmente, mas a cada três meses elas são somadas para gerar o (Premiação da Qualidade Trimestral) PQT. Um ano é composto de (04) trimestres, a premiação é concedida para aquelas concessionárias que estiverem no 1º e 2º quartil do ranking, não pontuando aquelas que estão no 3º e 4º Quartil

TRIMESTRES DAS PESQUISAS DE QUALIDADE		
1°	Trimestre	Janeiro, Fevereiro e Março
2°	Trimestre	Abril, Maio e Junho
3°	Trimestre	Julho, Agosto e Setembro
4°	Trimestre	Outubro, Novembro e Dezembro

Quadro 03: Trimestres das pesquisas de qualidade

Fonte: Elaborado pela autora, baseado no processo de pesquisa.

4.2 Política de Qualidade

De acordo com a Política de Qualidade (2017, p.31):

a política de premiação de qualidade baseia-se na área de Vendas os veículos declarados, já área de Pós-venda adota uma premiação potencializando os ganhos financeiros e reforçando a imagem da marca na sua prestação de serviços.

4.2.1 A premiação da Qualidade ocorre em duas frentes:

✓ **BÔNUS CUSTOMER CARE (EQC ON LINE):**

Baseia-se nos resultados atingidos na pesquisa Customer Care em Vendas (VN) e Pós Venda (PV), e no atendimento às chaves de acesso e à aplicação das Penalizações, Válido para todos os trimestres.

✓ **BÔNUS AUDITORIA EXTERNA:**

Toma por base os resultados de conformidade atingidos nas Auditorias Externas em Vendas (VN) e Pós Vendas (PV) valido nos 2° e 4° Trimestre. Seguindo o percurso gerente das duas áreas.

a) **As Alavancas Prioritárias de Vendas**

Segue as questões do Customer Care definidas como Alavancas Prioritárias que serão bonificadas:

❖ **VE(Vendas)QA31 – Recomendação (% de notas 9 e 10);**

✓ **VE** - Vendas

✓ **QA** - Qualidade no atendimento

Nas pesquisas pode-se atribuir notas de 0 a 10, mas para a montadora a nota válida é somente 9 e 10.

✓ 31 - Código de reconhecimento da questão.

❖ **VE(Vendas)QC14 – Motion Experience (% de notas 9 e 10);**

✓ VE – Vendas

✓ QC – Questão de comportamento do entregador

✓ 14 – Código da questão

❖ **VE (Vendas)Q18 – Problemas na entrega (% de respostas Sim).**

✓ VE - Vendas

✓ Q - Qualidade na entrega

✓ 18 – Código da questão

b) As Alavancas Prioritárias de Pós-Vendas

Segue as questões do Customer Care definidas como Alavancas Prioritárias que serão bonificadas:

❖ **PV (Pós Venda). QA26 – Recomendação (% de notas 9 e 10);**

✓ PV – Pós Venda

✓ QA - Questão de atendimento

✓ 26 – Código da questão

❖ **PV (Pós Venda). Q24 – Retorno de Oficina (% de respostas Sim).**

✓ Q - Qualidade nos serviços

✓ 24 – Código da questão

Essas são algumas das determinantes para classificação no Ranking da Qualidade:

c) Vendas

❖ Recomendação VN (QA. 31- % de nove e 10).

❖ Emotion Drive (teste-drive) - (Q.12-% de sim)

❖ Motion Experience (entrega) - (QC.14-% de 9 e10)

❖ Incidentes na Entrega - (Q.18-% de Sim)

❖ Atendimento - (QC.26-% de 9 e 10)

d) Pós-venda

- ❖ Recomendação PV (QA.26- % de 9 e 10)
- ❖ Total Care (Entrega/Restit)-(QA.01-% de 9 e 10)
- ❖ Retorno de Oficina – (Q.24-% de Sim)
- ❖ Atendimento - (QC.26-% de 9 e 10)

4.3 Auditoria

De acordo com a Política da Comercial (2017, p.33) a auditoria também faz parte do Bônus da Qualidade, ela é realizada com visitas presenciais na concessionária o resultado é da através do percentual geral da aplicação dos S.O.S. VN e PV referente as questões dos questionários validados pela Peugeot, sendo que o questionário será aplicado na integra, mas somente algumas serão validas para a premiação.

VENDAS		PREMIO
90%	>	100%
80%	>	80%
70%	>	60%
69,99%	<	0%
POS-VENDAS		PREMIO
90%	>	100%
80%	>	80%
70%	>	60%
69,99%	<	0%

Quadro 04: Faixa de atingimento de percentual Relacionado ao EQC

Fonte: Política comercial Peugeot, 2017.

Quanto a Periodicidade

As auditorias externas são realizadas por uma empresa terceirizada contratada pela Peugeot do Brasil, e feitas no 2º Trimestre (Abr, Maio, Jun) e 4º Trimestre (Set,Out,Nov).

5 APURAÇÕES DOS RESULTADOS PARA A PREMIAÇÃO

Após o fechamento do trimestre, o departamento da qualidade apurará os resultados das bonificações EQC ON LINE e AUDITORIA EXTERNA, os resultados são publicados através de e-mail e circular de rede via site ABCNET (que um do site da montadora). Caso alguma concessionária do grupo tenha dúvida do resultado, tem um prazo de 15 dias corridos para contestação dos resultados.

CHAVE DE ACESSO À PREMIACÃO DE VENDAS:

VENDAS	Chave de acesso	Objetivo	Métrica
	% de E-mails Válidos	<u>80% de e-mails válidos para realização das pesquisas</u>	E-mails válidos são aqueles que contém um e-mail real do Cliente, sem erros de sintaxe, sem campos vazios, que o endereço não termine com (.), que não comecem com (www), que não tenham palavras erradas como: nãotem@nãotem.com.br, semdados@semdados.com.br, etc... Essa apuração será realizada ao final do trimestre pela Ipsos. Importante: Periodicamente esses e-mails serão auditados pela Marca.
	Amostra de pesquisa Trimestral	<u>Mínimo de 5 pesquisas</u>	Uma concessionária no Trimestre precisa obter por Grupo um mínimo de 5 Pesquisas em Vendas no Trimestre.
	Tempo de Operação	<u>3 meses de funcionamento trimestre calendário</u>	Uma concessionária precisa estar em funcionamento há três meses /trimestre calendário.

Quadro 05: Chave de acesso a premiação de Vendas

Fonte: Política comercial Peugeot, 2017.

CHAVE DE ACESSO À PREMIACÃO DE PÓS -VENDAS:

PÓS-VENDA	Chave de acesso	Objetivo	Métrica
	% de E-mails Válidos	<u>80% de e-mails válidos para realização das pesquisas</u>	E-mails válidos são aqueles que contém um e-mail real do Cliente, sem erros de sintaxe, sem campos vazios, que o endereço não termine com (.), que não comecem com (www), que não tenham palavras erradas como: nãotem@nãotem.com.br, semdados@semdados.com.br, etc... Essa apuração será realizada ao final do trimestre pela Ipsos. Importante: Periodicamente esses e-mails serão auditados pela Marca.
	Amostra de pesquisa Trimestral	<u>Mínimo de 15 pesquisas</u>	Uma concessionária no Trimestre precisa obter por Grupo um mínimo de 15 Pesquisas em Pós Venda.
	Tempo de operação	<u>3 meses de funcionamento trimestre calendário</u>	Uma concessionária precisa estar em funcionamento há no mínimo 3 meses do trimestre calendário.
	Envio de todas as OS, (Sequencial) E dentro do prazo	<u>Enviar 100% das OS sequenciais/ 95% das OS dentro do prazo</u>	Faz-se necessário que a concessionária envie 100% das Ordens de Serviço para Ipsos até o sétimo dia após o encerramento. OS enviadas após essa data serão considerados fora do prazo.
SAC	<u>Tempo de Resposta</u>	O objetivo da concessionária é responder 90% dos casos SAC em até 24h, no trimestre.	

Quadro 06: Chave de acesso a premiação de Pós -Vendas

Fonte: Política comercial Peugeot, 2017.

5.1 A Apuração e Pagamento – vendas e pós vendas

Após o fechamento do trimestre, o departamento da qualidade apurará os resultados das bonificações EQC ON LINE e AUDITORIA EXTERNA e publica através de e-mail da qualidade de serviços e extratos e Notas de credito via site ABCNET (que um do site da montadora é insere as circulares e outros documentos).

5.2 Destinação dos Recursos da Premiação

O bônus recebido da Premiação de Qualidade Total (PQT) é destinado para melhoria na estrutura da empresa pesquisada, compra de ferramental, formação dos colaboradores com o intuito de fazer com que a empresa tenha um atendimento Premium para os clientes internos e externos. Outra parte do valor recebido é rateado 20% com todos os colaboradores, esse rateio só ocorre se a empresa receber 100% do bônus da premiação, para isso, ao fim da apuração dos resultados os setores de Vendas e Pós-Vendas estiverem no 1º ou 2º Quartil do Ranking de Qualidade nas alavancas prioritárias. Essa é uma forma incentivar e motivar os funcionários a trabalharem o processo da qualidade e dos SOS.

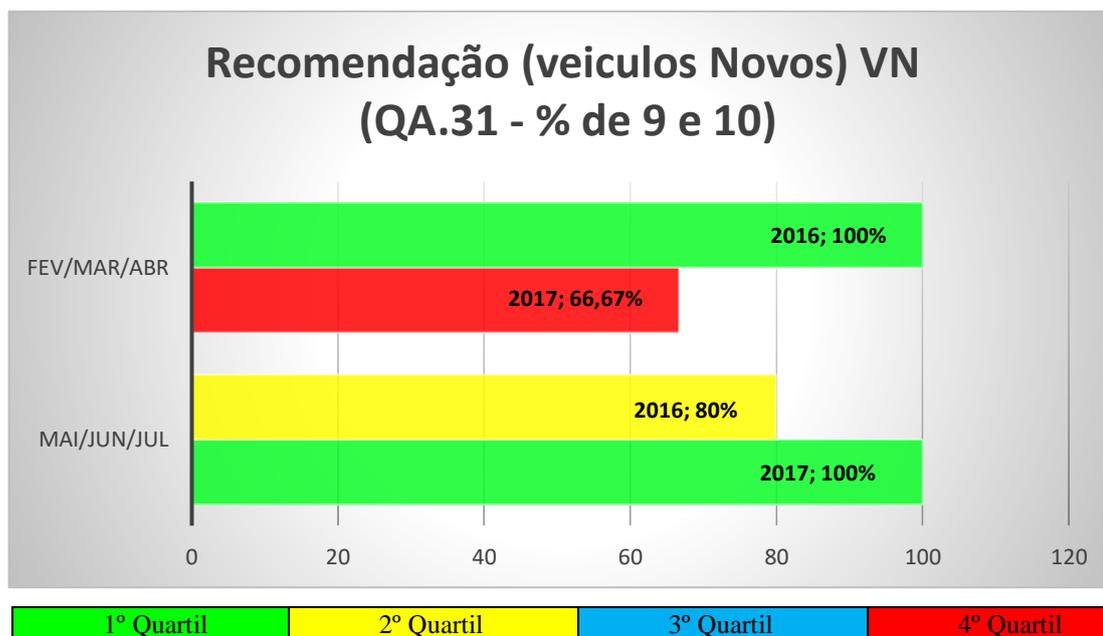


Gráfico1: Recomendação de vendas

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017

A recomendação é um dos itens mais importantes da pesquisa de satisfação, pois o cliente tem que atribuir na pesquisa notas entre (9 e 10) para que se possa permanecer no 1º ou 2º Quartil ranking, se o cliente na pesquisa atribui notas menores, isso tira a possibilidade de permanecer neste posicionamento e coloca a concessionária no 3º ou 4º quartil ranking. Em vendas são realizadas em um trimestre no mínimo 5 entrevistas e na pesquisa está sendo considerado um total de 5 entrevistas.

Nas barras a cima do gráfico mostra a porcentagem e as cores o posicionamento da concessionária nos anos de 2016 e 2017.

No período pesquisado em 2016 a empresa pesquisa atingiu 100% da recomendação, já no mesmo período de 2017 houve uma queda na recomendação, pois de (05) clientes pesquisados, (02) deles não recomendaram a concessionária deram notas abaixo de (8,0).

Já no outro período que foi apurado a posição se reverteu, em 2017 das (05) pesquisas apenas (01) cliente não recomendou a concessionária em 2016 que nos colocou no 3º Quartil, mas no mesmo período de 2017 todos os clientes pesquisados deram notas de (9 a 10).

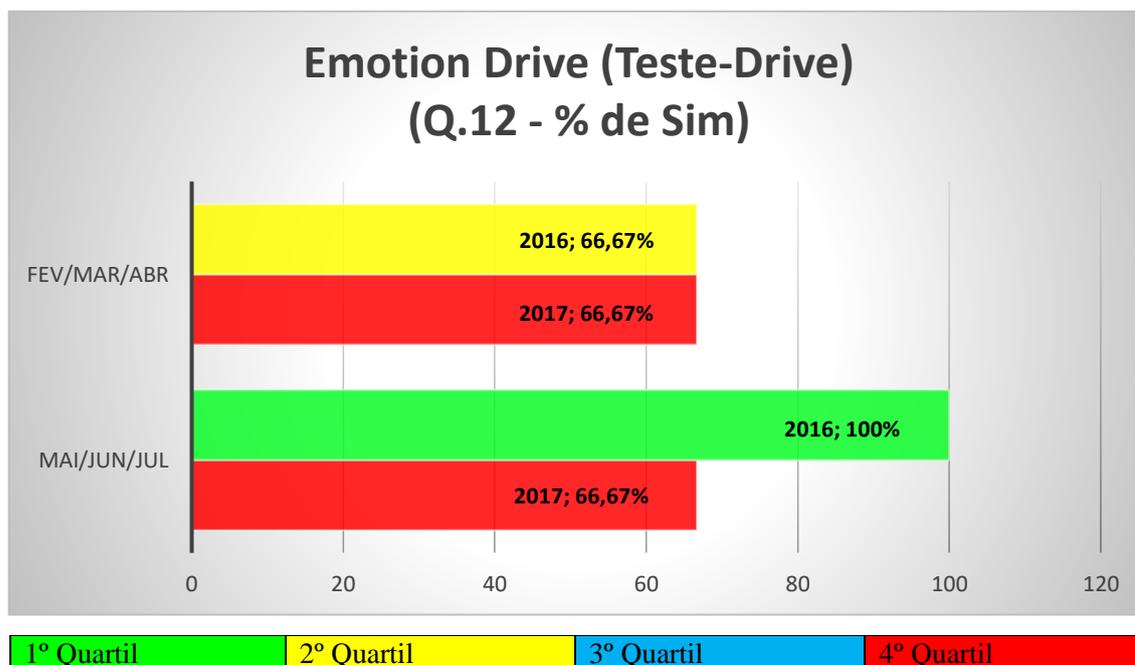


Gráfico 2: Emotion Drive Vendas (teste-drive)

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017.

No gráfico acima o posicionamento do Ranking é medido pela realização de teste-drive, se no momento em que o cliente visitou a concessionária foi oferecido teste-drive para o cliente. Para que a posição seja medida é necessário apenas na pesquisa de satisfação o cliente diga SIM ou NÃO.

No período apurado em 2016 a concessionária se posicionou no 3º Quartil, pois (02) dois dos clientes pesquisados disseram que (NÃO) foi oferecido teste drive, onde no período de 2017 a concessionaria teve 100% dos clientes pesquisados realizaram teste drive e a empresa pesquisada se posicionou no 1º Quartil do ranking.

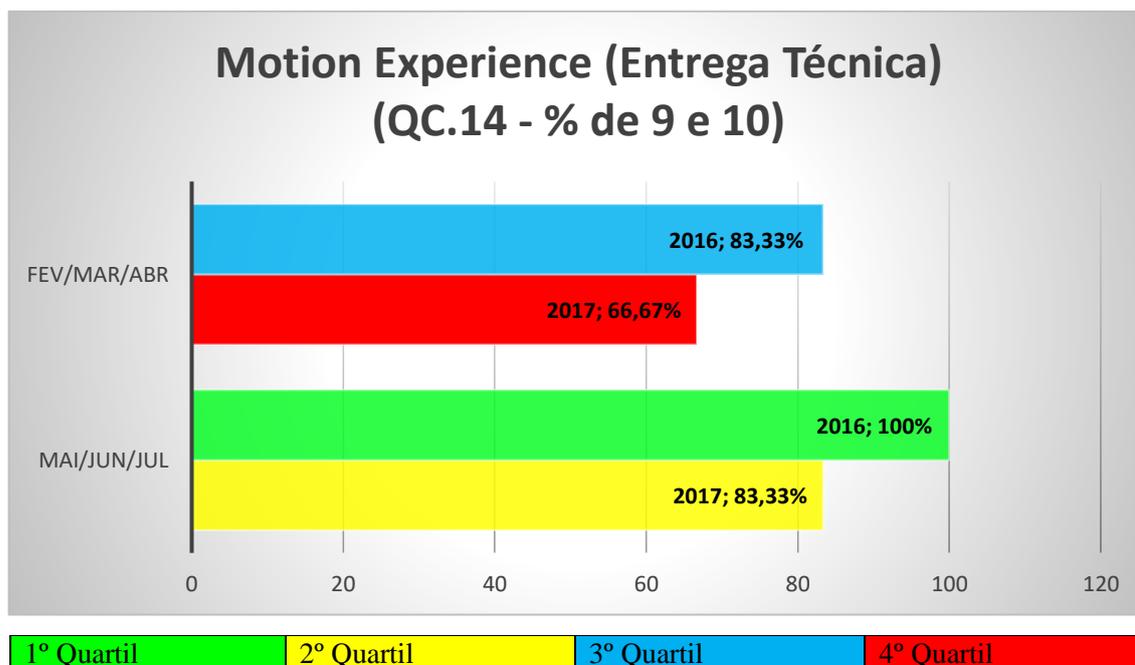


Gráfico 3: Motion Experience (entrega técnica do veículo)

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017.

O gráfico está representando a entrega técnica do veículo ao cliente, neste momento o cliente vai avaliar na pesquisa a forma que foi entregue o veículo para ele, se o consultor soube explicar todo veículo para melhor aproveitamento do veículo pelo cliente e a nota que determina essa posição.

Em 2016 dos clientes pesquisados apenas (01) um dos (05) que atribui notas abaixo de 9, e por ser um item que o índice de satisfação é alto com a porcentagem de 83,33% ainda se matem no 3º quartil do ranking, já no mesmo período de 2017 não atingiu um resultado satisfatório indo para o 4º quartil.

No outro período analisado em 2016, a concessionária atingiu um resultado satisfatório de 100%. Já no mesmo período de 2017, 02 dos 05 clientes pesquisados deu notas abaixo de 9 assim a concessionária passa para o 4º Quartil do ranking.

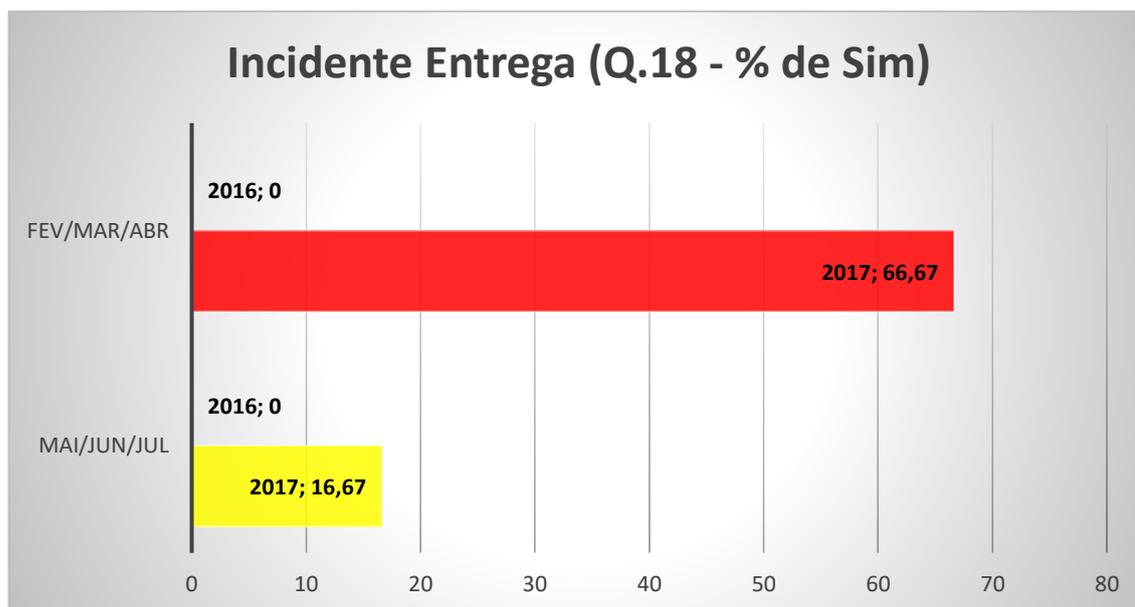


Gráfico 4: Incidentes na entrega (erros na entrega)

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017.

O incidente na entrega é medido pela resposta do cliente (Sim ou Não) se sim houve erros na entrega seja ele de documentação, avaria entre outros, e (Não) quando a entrega é perfeita e encanta o cliente.

No gráfico acima nos mostrou que em 2016 todos os clientes pesquisados responderam com o (NÃO) que não houve problemas na entrega do veículo. Já no mesmo período em 2017 04 dos 05 clientes pesquisados responderam com (Sim) ocorreram incidentes na entrega e posicionou a empresa no 4º Quartil.

Já no outro período analisado em 2016, o incidente permaneceu 0% que corresponde em entregas realizadas sem incidentes. E no mesmo período em 2017 (01) dos (05) clientes pesquisados disse que não levando a empresa pesquisada para o 3º quartil com 16,67%.

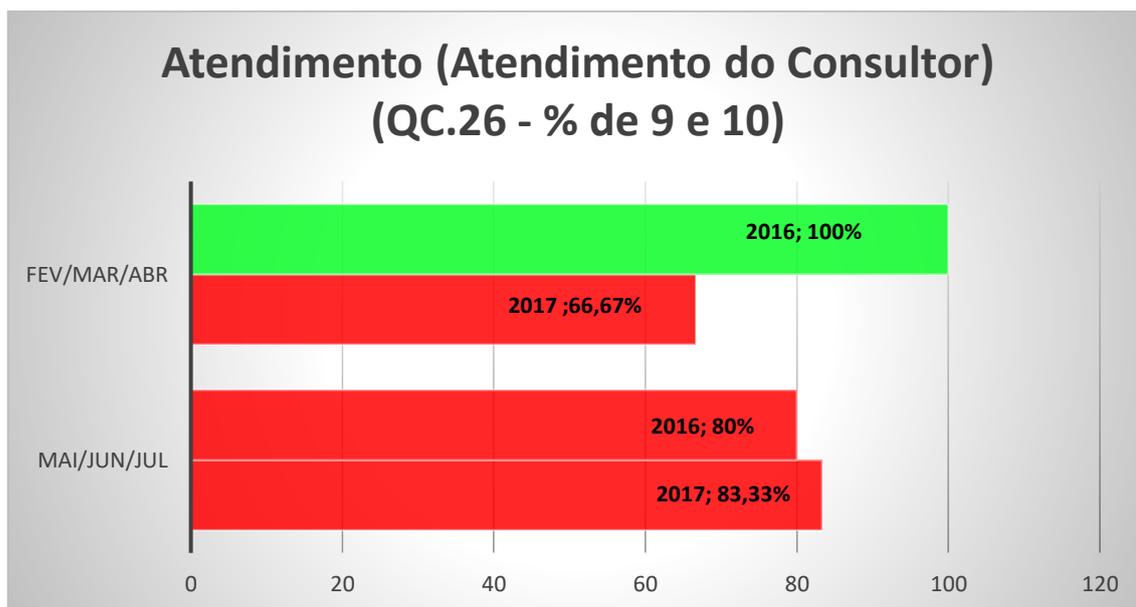


Gráfico 5: Atendimento (atendimento do consultor)

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017.

O atendimento do consultor é um dos itens que está na pesquisa de satisfação respondida pelo cliente, onde ele tem que atribuir ou dar notas entre (9 e 10) para que a empresa pesquisada esteja no 1º e 2º Quartil do ranking.

O gráfico acima representa o atendimento do consultor no trimestre de 2016 analisados atingindo assim um índice satisfatório com 100%. No período de 2017 dos 05 clientes pesquisados 02 deles atribuíram notas abaixo de 8, levando assim a empresa pesquisada para 4º Quartil.

No outro período analisado a empresa que foi realizada a pesquisa este no 4º Quartil nos dois anos 2016 e 2017 com os clientes atribuindo notas abaixo de 8, entendendo que o atendimento do consultor não foi realizado com qualidade.

❖ Pós-vendas

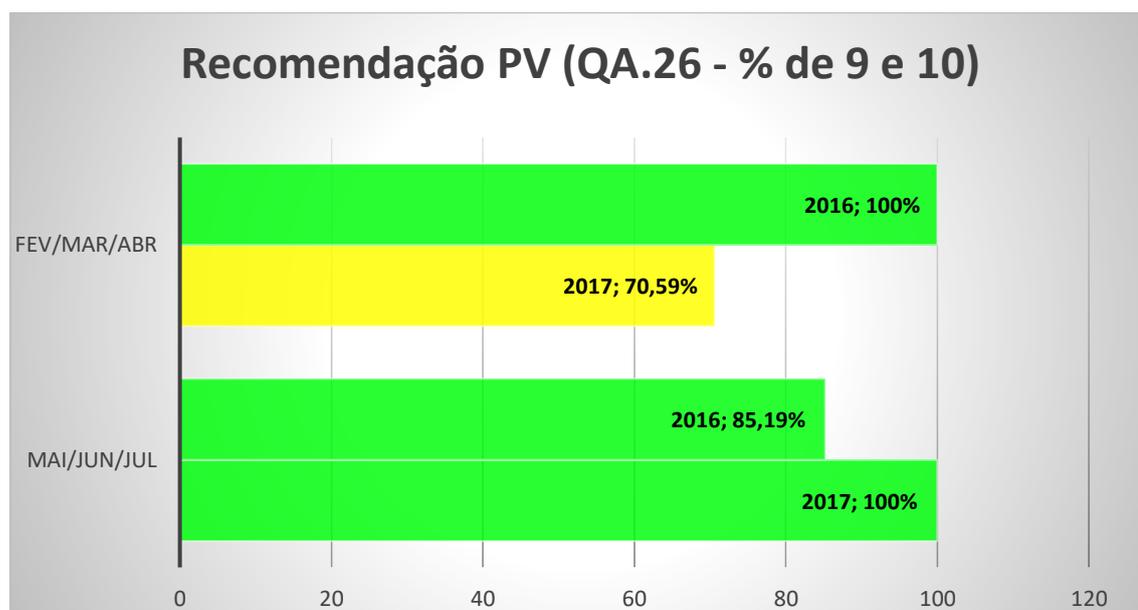


Gráfico 6: Recomendação da concessionária (recomenda o serviço do pós-venda)

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017.

A recomendação assim como vendas é um item importante na pesquisa de satisfação, pois o Pós-vendas é uma parte importante na concessionária e é onde os clientes vão passar por diversas vezes para solucionar problemas e realizar manutenções corretivas e preventivas como revisões e serviços, na pesquisa de satisfação ela é medida através das notas e para que a empresa pesquisada permanecer nos 1º e 2º Quartil é necessário que os clientes atribuam as notas 9 e 10 na pesquisa. No Pós-venda são realizadas em um trimestre no mínimo 15 entrevistas e na pesquisa está sendo considerado um total de 15 entrevistas.

No período analisado do primeiro semestre de 2016 empresa pesquisa atingiu 100% de aproveitamento todos os clientes pesquisados responderam às pesquisas atribuindo as notas entre 9 e 10 deixando assim a empresa no 1º quartil. E em 2017 no mesmo período dos 15 clientes pesquisados 5 dele atribuíram notas abaixo de oito.

Já no outro período analisado as notas variaram entre 9 e 10 permanecendo assim a empresa pesquisada no 1º Quartil do ranking.

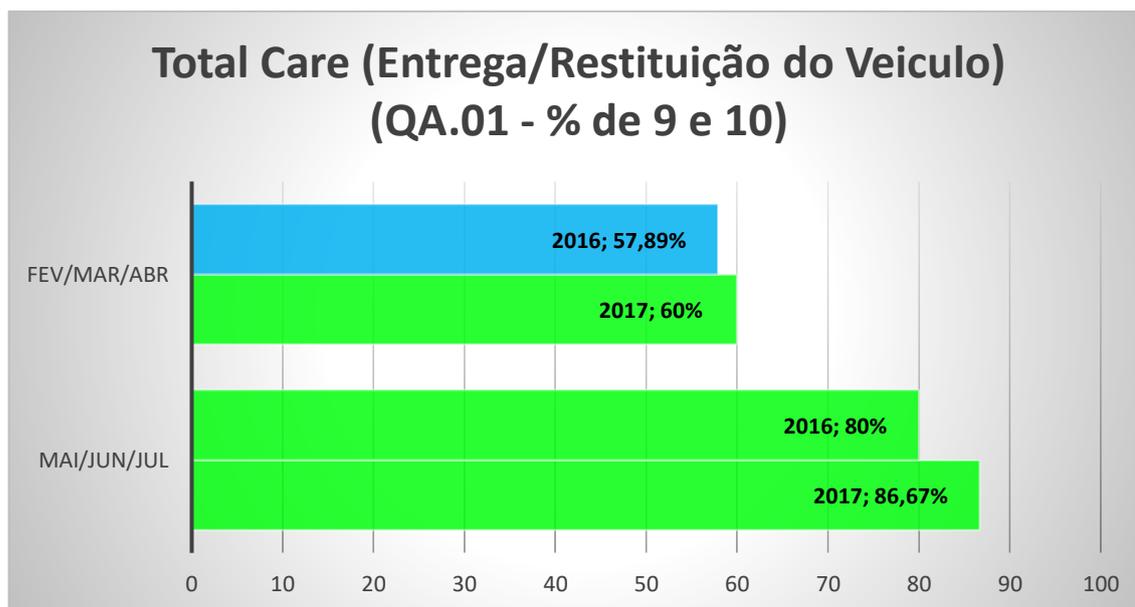


Gráfico 7: Total Care (entrega/restituição), do veículo ao cliente após serviço.

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017.

O Total Care é a entrega / restituição do veículo na área do pós-vendas é o momento em que o consultor de serviços é 100% transparente com cliente nos serviços realizados, na pesquisa de satisfação o cliente atribui notas entre (0 a 10), mas para que a empresa pesquisada possa ter a melhor posição no ranking é necessário que o cliente dê notas (9 a 10).

O gráfico feito sobre este item no ano de 2016 (08) oito dos (15) clientes pesquisados atribuíram notas entre (9 e 10) ficando assim no 3º Quartil do ranking e o mesmo período em 2017 (09) nove dos (15) clientes pesquisados atribuíram notas entre (10,0) passando para o 1º Quartil do ranking e (6) deles nota (9,0).

Já no trimestre seguinte em 2016 12 dos clientes pesquisados atribuíram notas entre (10,0) e (3) deles nota (9,0) não alterando sua posição no ranking permanecendo no 1º Quartil. Já em 2017 no mesmo período 13 dos clientes pesquisados atribuíram nota (10,0) e 02 dois deles atribuíram nota (9,0) que não altera sua posição no ranking, permanecendo no 1º Quartil.

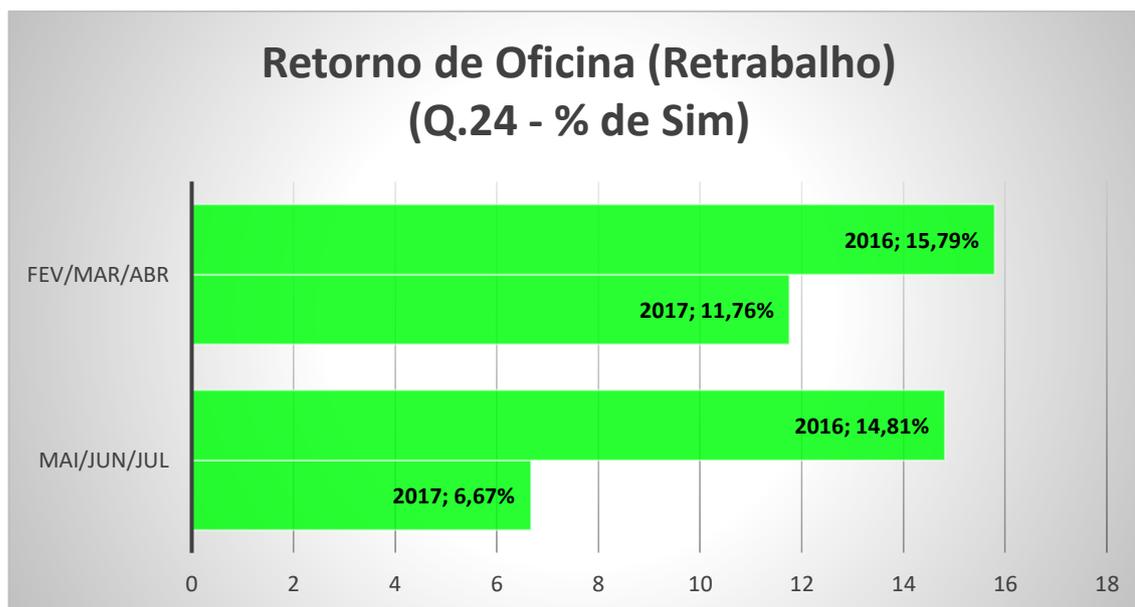


Gráfico 8: Retorno da oficina.

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017

O retorno da oficina é um item que não tem que ocorrer, devendo assim estar zerado ou até mesmo obter um índice abaixo de 20%, na pesquisa de satisfação o cliente pesquisado apenas poderá responder com o (Sim ou Não).

Em 2016 no período pesquisado 03 dos 15 responderam (Sim) e os outros 12 responderam (Não). No mesmo período de 2017, 2 dos clientes responderam (Sim) e 13 deles responderam (Não).

No outro trimestre analisado 02 dos 15 responderam (Sim) e os outros 13 responderam (Não). No mesmo período de 2017, 1 dos clientes responderam (Sim) e 14 deles responderam (Não).

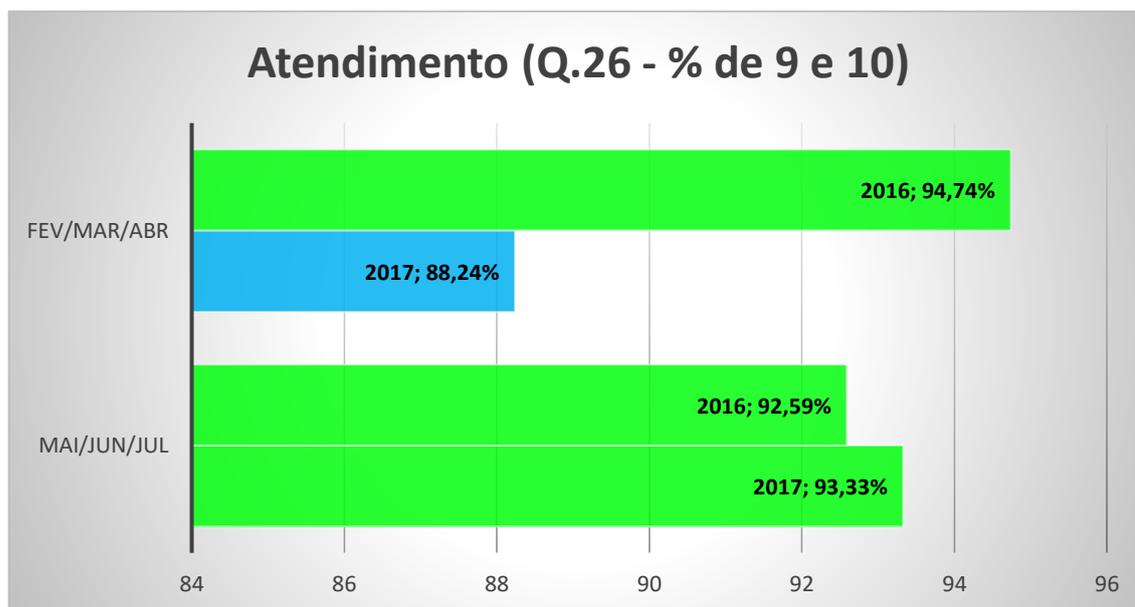


Gráfico 9: Atendimento ao cliente (atendimento do consultor de serviço).

Fonte: Ranking de Qualidade Peugeot, baseado: Nos períodos do 1º trimestre 2016/2017 e 2º trimestre 2016/2017

No item atendimento do consultor de serviço é de suma importância para o pós-vendas o cliente na pesquisa de satisfação poderá atribuir notas entre (9 e 10). Para que a empresa pesquisada permaneça no 1º e 2º Quartil do ranking.

Sendo assim a empresa pesquisada em 2016 está colocada no 1º Quartil com 14 dos clientes pesquisados atribuindo notas entre (9 e 10) já no mesmo período em 2017, 12 dos clientes pesquisados atribuíram notas entre (9 e 10), e 3 deles atribuíram notas abaixo de (8,0).

Já no trimestre seguinte pesquisado 12 dos clientes pesquisados atribuíram notas entre (9 e 10) permanecendo assim no 1º Quartil do ranking, já no mesmo período de 2017 13 deles atribuíram notas entre (9 e 10).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa foi realizada por meio do estudo de caso na Gama Comércio de veículos Ltda, junto com a pesquisa documental referente ao Ranking da Qualidade e seus processos podem concluir que os objetivos do trabalho de pesquisa foram alcançados.

Foi realizada uma análise comparativa no posicionamento dos rankings nos períodos 2016 e 2017 e foram verificados os principais pontos que levou a empresa pesquisada a uma oscilação no ranking. Além disso, foi descrito todo processo de pesquisa de qualidade, apuração e auditoria externa para assim verificar se há falhas em sua aplicação dos S.O. S na organização e se estas falhas estão impactando no ranking e, conseqüentemente, na Premiação de Qualidade Total (PQT).

Assim, conclui-se que a política de qualidade está dotada de processos que devem ser seguidos de forma a não impactar no posicionamento da concessionária estudada não seja afetada. Quanto ao ranking de vendas nos períodos analisados, o maior problema visto na pesquisa é a necessidade de que durante o trimestre sejam respondidas mais pesquisas, pois em um trimestre, ou seja, em um período de (03) meses apenas (5) cinco pesquisas respondidas, isso faz com que oscile seu posicionamento no ranking. Quanto mais pesquisas respondidas, auxiliaria para que a empresa pesquisada tenha um resultado mais satisfatório. E caso um cliente responda a sua pesquisa atribuindo notas menores que (8,0), a empresa pesquisada fará um plano de ação para que o cliente majore sua nota.

Foi percebido que na análise comparativa dos trimestres não ocorreram tantas oscilações, quanto na área de vendas, pois em Pós-venda devem ser pesquisados no mínimo 15 clientes por trimestre, sendo em média (05) clientes pesquisados mês e com isso permiti uma melhor instabilidade nas notas atribuídas e no ranking.

Esta monografia teve por objetivo responder a pergunta norteadora: “De que forma a concessionária pode melhorar no seu processo de qualidade para atingir melhor posição no Ranking 2018”? Para melhorar o processo foram dados os seguintes planos de ações: realizar reuniões para mostrar os pontos negativos e positivos com intuito de comprometer a equipe, deixando claro para os colaboradores a importância de o cliente responder a pesquisa de satisfação, ajustar as falhas no processo dos S.O. S e a importância da Premiação de Qualidade Total (PQT) para o grupo. Assim corrigido os pontos citados acima poderá atingir o melhor posicionamento no Ranking das concessionárias da Marca Peugeot no Brasil.

REFERÊNCIAS

- ALBERNÁS Sabrina Barbosa, **A Importância da Implantação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ)**, 2013. Monografia - Faculdade Tecsona – Paracatu – MG Brasil
Disponível em: <<http://www.tecsoma.br/administracao/tcc's/2-2013/sabrina.pdf>>. Acesso em: 05 mar. 2017.
- ASSIS, Maria Cristina de. **Metodologia do trabalho científico**. In: Evangelina Maria B. de Faria; Ana Cristina S. Aldrigue. (Org.). Linguagens: usos e reflexões. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2008, v. II, p. 269-301. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/Pecemachado/metodologia-do-trabalho-cientifico-maria-cristina-de-assis>> Acesso em: 23 abr. 2017.
- e
- CARVALHO; Marly Monteiro et al. **Gestão da Qualidade, Teoria de Casos**, Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- DA SILVA; David Becker, **Implantação de um sistema de gestão da qualidade em uma empresa do setor metalmeccânico**. Disponível em: <http://www.fahor.com.br/publicacoes/TFC/EngPro/2014/David_Becker_da_Silva.pdf> Acesso em: 01 mai. 2017.
- FARIA, Caroline. **Historia da Qualidade**. Disponível em: <http://www.infoescola.com/administracao/_historia-da-qualidade/> Acesso em: 14 mai 2017.
- FALCONI, Vicente Campos. **TQC – Controle da Qualidade Total (no estilo Japonês)** Minas Gerais, INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2º ed. 2004.
- FERNANDES; Waldir Algarte. **O movimento da qualidade no Brasil, In: Ministro do Desenv. Indústria e Comércio Exterior**, Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas/pdf/Livro_Qualidade.pdf> Acesso em: 14 abr.2017
- HOFFMAN, K.douglas E et al. **Principios de Marketing de Serviços. 3ª ed.** São paulo:. Cengage Learning, 2009.
- MARCONI Marina de Andrade e LAKATOS Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: 7ª ed. Atlas, 2014.
- MATIAS; José Pereira. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. São Paulo: 3ª ed. Atlas, 2012.
- MONACO Felipe de Faria e GUIMARÃESValeska Nahas, **Gestão da Qualidade Total e Qualidade de Vida no Trabalho 2000**, Artigo, Núcleo Interdisciplinar de Estudos da Inovação e Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina (NINEIT/ UFSC). Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141565552000000300005&script=sci_abstract&tlng=pt> Acesso em: 12 de mar. 2017.

MONARETTO Claudiane, **Auditoria Interna em Concessionária de Veículos, Através da Contabilidade Integrada**, 2008, Monografia, UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ – PR – Brasil

<file:///C:/Users/eliod/OneDrive/Documentos/Artigos%20e%20TCCs/797721DB-B011-4D94-85D3-54DB1BB9100E.pdf>. Acesso em: 24 de Set. 2017 as 14:48hs.

PERISSÉ; Gabriel, **Palavras e origens considerações etimológicas**. Disponível em : <http://palavraseorigens.blogspot.com.br/2010/07/qual-e-da-qualidade.html> Acesso em: 14 mai. 2017.

POLICANI, André Luís Freitas. **Qualidade em Serviços no Contexto da Competitividade**, 2005. Artigo. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC – Brasil.

Disponível em:

<<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hIJ0eDVcvMMJ:https://producaoonline.org.br/rpo/article/download/321/418+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 05 mar. 2017.

POLITICA DE COMERCIAL 2017, Peugeot do Brasil

ROESCH; Sylvania Maria Azevedo. **Projetos de Estagio e de Pesquisa em Administração**. São Paulo: 3ª ed. Atlas, 2006.

VERGARA, Sylvania Constant. **Projetos e Relatórios de pesquisa em Administração**. 14ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ANEXOS

ANEXO 1: Ranking Qualidade Trimestral 2016 (Período – Fev / Mar / Abr) – Vendas - Peugeot

Ranking Qualidade Trimestral 2016 (Período - Fev/ Mar/ Abr) - VENDAS - PEUGEOT

Recomendação VN - (QA.31 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado T (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	CANNES	100,00	A	100,00	A	↔
2	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔
3	METZ	100,00	A	100,00	A	↔
4	PSG	80,00	B	100,00	A	↗
5	SAPHIR	100,00	A	100,00	A	↔
6	TRIANON	ND	ND	100,00	A	↗
7	GAMA	100,00	A	100,00	A	↔
8	SAGA	100,00	A	100,00	A	↔
9	PREMIER	ND	ND	100,00	A	↗
10	LA ROCHE	100,00	A	100,00	A	↔
11	CHAMPS ELYSEES	92,00	A	95,35	A	↔
12	CHANSON	91,30	A	93,06	A	↔
13	SAVARSUD	87,50	A	92,31	A	↔
14	STRASBOURG	86,36	A	91,18	A	↔
15	DINISA	86,67	C	90,00	A	↗
16	LA FONTAINE	84,62	B	90,00	A	↗
17	CHAMPION	87,50	A	88,24	A	↔
18	BOURBON	91,67	A	87,50	B	↔
19	SANT MARTIN	83,33	B	86,36	B	↔
20	LA MACHINE	82,61	B	85,71	B	↔
21	DANTON	86,67	A	85,71	B	↔
22	FLORENCE	82,61	B	81,82	B	↔
23	BORDEAUX	77,27	B	80,65	B	↔
24	SUPREME	100,00	A	80,00	B	↔
25	RIVIERA	60,00	D	80,00	B	↗
26	LUMIERE	85,71	B	80,00	B	↔
27	LE MANS	66,67	C	76,92	B	↗
28	DIJON	77,78	B	75,27	C	↔
29	PIGALLE	66,67	C	75,00	C	↔
30	VAL DU LION	61,11	D	75,00	C	↗
31	PORT ANDRETA	72,73	B	75,00	C	↗
32	SANT GERMAIN	60,00	D	75,00	C	↗
33	SANTA HELENA	66,67	C	75,00	C	↗
34	RIVOLI	78,79	B	75,00	C	↔
35	MONTERRAT	66,67	C	75,00	C	↗
36	ALLURE	66,67	C	69,23	C	↔
37	LE LAC	79,45	C	67,61	C	↔
38	OPERA	0,00	D	66,67	C	↗
39	SUPER FRANCE	65,00	C	66,67	C	↔
40	ALPES	74,07	C	65,63	C	↔
41	LA MAISON	60,00	D	60,00	C	↔
42	NATION	50,00	D	60,00	C	↗
43	DAHRIJ	64,29	C	59,09	D	↔
44	AGO	71,43	C	57,14	D	↔
45	REGINE	62,50	D	52,50	D	↔
46	J GAMBATTO	50,00	D	50,00	D	↔
47	BELFORT	43,45	D	50,00	D	↗
48	DOVER	50,00	D	50,00	D	↔
49	SHC - Rio de Janeiro	40,00	D	47,06	D	↗
50	MONET	42,86	D	37,50	D	↔
51	LA FRANCE	0,00	ND	0,00	D	↔

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
76,48%	77,29%
Quartil	Média por faixa (T)
Q1	93,04
Q2	83,26
Q3	70,25
Q4	52,03

Emotion Drive - (Q.12 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado T (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	CANNES	100,00	A	100,00	A	↔
2	SANTA HELENA	100,00	A	100,00	A	↔
3	DOVER	100,00	A	100,00	A	↔
4	LA MACHINE	95,24	A	96,15	A	↔
5	VAL DU LION	82,35	A	88,46	A	↔
6	METZ	100,00	A	87,50	A	↔
7	BOURBON	100,00	A	79,35	B	↔
8	CHAMPION	85,42	A	83,33	A	↔
9	SAVARSUD	71,43	C	80,00	A	↗
10	DINISA	66,67	C	80,00	A	↗
11	CHANSON	84,64	A	79,71	A	↔
12	DIJON	74,29	B	79,35	B	↔
13	SAGA	86,67	C	78,57	B	↔
14	CHAMPS ELYSEES	73,00	B	78,57	B	↔
15	FLORENCE	79,26	B	78,13	B	↔
16	REGINE	75,00	B	77,78	B	↔
17	BORDEAUX	72,73	B	76,67	B	↔
18	PIGALLE	100,00	A	75,00	B	↔
19	STRASBOURG	71,43	C	75,00	B	↔
20	SANT GERMAIN	80,00	B	75,00	B	↔
21	MONTERRAT	66,67	C	75,00	B	↔
22	LA ROCHE	75,00	B	70,00	B	↔
23	SUPER FRANCE	72,73	B	72,81	B	↔
24	SANT MARTIN	83,33	A	72,73	B	↔
25	MONET	66,67	C	71,43	C	↔
26	RIVOLI	75,00	B	71,05	C	↔
27	RIVIERA	80,00	B	70,00	B	↔
28	LA MAISON	60,00	C	70,00	C	↔
29	BELFORT	72,73	B	68,75	C	↔
30	DAHRIJ	71,43	C	68,18	C	↔
31	PORT ANDRETA	63,64	C	66,67	C	↔
32	GAMA	75,00	B	66,67	C	↔
33	SHC - Rio de Janeiro	60,00	C	62,50	C	↔
34	ALPES	59,26	D	62,50	C	↔
35	AGO	66,67	C	60,61	C	↔
36	SUPREME	50,00	D	60,00	C	↔
37	LA FONTAINE	61,54	C	60,00	D	↔
38	DANTON	63,33	C	59,52	D	↔
39	LE LAC	45,45	D	54,93	D	↔
40	LA VILLETTE	100,00	A	50,00	D	↔
41	J GAMBATTO	50,00	D	50,00	D	↔
42	OPERA	0,00	D	50,00	D	↔
43	LUMIERE	50,00	D	50,00	D	↔
44	PSG	0,00	D	42,86	D	↔
45	LE MANS	50,00	D	41,67	D	↔
46	NATION	50,00	D	40,00	D	↔
47	ALLURE	44,44	D	40,00	D	↔
48	PREMIER	ND	ND	33,33	D	↔
49	TRIANON	ND	ND	0,00	D	↔
50	SAPHIR	0,00	D	0,00	D	↔
51	LA FRANCE	0,00	ND	0,00	D	↔

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
71,09%	71,19%
Quartil	Média por faixa (T)
Q1	84,81
Q2	76,17
Q3	66,34
Q4	51,39

Motion Experience - (QC.14 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado T (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	METZ	100,00	A	100,00	A	↔
2	SAPHIR	100,00	A	100,00	A	↔
3	MONTERRAT	80,00	B	100,00	A	↗
4	PREMIER	ND	ND	100,00	A	↗
5	SANT GERMAIN	100,00	A	100,00	A	↔
6	BOURBON	100,00	A	100,00	A	↔
7	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔
8	DINISA	100,00	A	100,00	A	↔
9	DOVER	100,00	A	100,00	A	↔
10	LA ROCHE	100,00	A	100,00	A	↔
11	CHANSON	91,30	A	92,86	A	↔
12	STRASBOURG	85,71	B	90,00	A	↔
13	LA FONTAINE	84,67	B	90,00	A	↔
14	CHAMPION	91,11	A	88,89	A	↔
15	CHAMPS ELYSEES	84,00	B	88,37	A	↔
16	LA MACHINE	86,36	B	88,00	A	↔
17	MONET	85,71	B	87,50	B	↔
18	SANT MARTIN	91,67	A	86,36	B	↔
19	DANTON	89,66	A	85,37	B	↔
20	SAVARSUD	87,50	A	84,62	B	↔
21	LUMIERE	100,00	A	84,62	B	↔
22	LE LAC	75,00	B	83,82	B	↔
23	GAMA	100,00	A	83,33	B	↔
24	LE MANS	80,00	B	83,33	B	↔
25	DIJON	80,65	B	82,61	B	↔
26	SUPREME	100,00	A	80,00	B	↔
27	RIVIERA	80,00	B	80,00	B	↔
28	SAGA	62,50	C	78,57	C	↔
29	SUPER FRANCE	76,00	C	77,78	C	↔
30	FLORENCE	80,95	B	77,42	C	↔
31	DAHRIJ	69,23	C	76,19	C	↔
32	PORT ANDRETA	72,73	C	75,00	C	↔
33	MONTERRAT	66,67	C	75,00	C	↔
34	NATION	100,00	A	75,00	C	↔
35	LA MAISON	60,00	D	70,00	C	↔
36	SANTA HELENA	50,00	D	66,67	C	↔
37	RIVOLI	64,52	C	65,79	D	↔
38	VAL DU LION	61,11	D	65,38	D	↔
39	SHC - Rio de Janeiro	80,00	B	64,71	D	↔
40	AGO	71,43	C	60,00	D	↔
41	OPERA	0,00	D	60,00	D	↔
42	BORDEAUX	43,90	D	60,00	D	↔
43	ALPES	72,00	C	60,00	D	↔
44	ALLURE	55,00	D	53,85	D	↔
45	PIGALLE	33,33	D	50,00	D	↔
46	J GAMBATTO	50,00	D	50,00	D	↔
47	CANNES	100,00	A	50,00	D	↔
48	REGINE	42,86	D	50,00	D	↔
49	BELFORT	30,00	D	26,67	D	↔
50	TRIANON	ND	ND	0,00	D	↔
51	LA FRANCE	0,00	ND	0,00	D	↔

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
79,11%	79,39%
Quartil	Média por faixa (T)
Q1	92,31
Q2	83,79
Q3	76,81
Q4	58,01

Incidentes Entrega - (Q.18 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado T (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	PREMIER	ND	ND	0,00	A	↔
2	SUPREME	0,00	D	0,00	A	↔
3	MONTERRAT	0,00	A	0,00	A	↔
4	PSG	0,00	A	0,00	A	↔
5	GAMA	0,00	A	0,00	A	↔
6	SUPREME	0,00	A	0,00	A	↔
7	OPERA	0,00	A	0,00	A	↔
8	CANNES	0,00	A	0,00	A	↔
9	LA VILLETTE	0,00	A	0,00	A	↔
10	CHAMPS ELYSEES	0,00	A	0,00	A	↔
11	PORT ANDRETA	0,00	A	0,00	A	↔
12	METZ	0,00	A	0,00	A	↔
13	SANT GERMAIN	0,00	A	0,00	A	↔
14	LA ROCHE	0,00	A	0,00	A	↔
15	LA FONTAINE	0,00	A	0,00	A	↔
16	LE MANS	0,00	A	0,00	A	↔
17	STRASBOURG	0,00	A	0,00	A	↔
18	CHANSON	4,35	A	4,29	A	↔
19	BOURBON	0,00	A	7,14	A	↔
20	SAGA	12,50	B	7,14	A	↔
21	LE LAC	7,14	A	8,82	A	↔
22	FLORENCE	14,29	B	9,68	A	↔
23	DANTON	6,90	A	9,76	B	↔
24	LA MAISON	0,00	A	10,00	B	↔
25	RIVIERA	20,00	C	10,00	B	↔
26	LA MACHINE	13,64	B	12,00	B	↔
27	MONET	14,29	B	12,50	B	↔
28	REGINE	14,29	B	12,50	B	↔
29	CHAMPION	13,33	B	12,90	B	↔
30	BORDEAUX	19,05	C	13,33	B	↔
31	SANT MARTIN	0,00	A	13,64	B	↔
32	DIJON	20,97	C	15,22	C	↔
33	VAL DU LION	22,22	C	15,38	C	↔
34	SAVARSUD	0,00	A	15,38	C	↔
35	RIVOLI	16,13	C	15,79	C	

ANEXO 2: Ranking Qualidade Trimestral 2016 (Período – Fev / Mar / Abr) – Vendas - Peugeot

Ranking Qualidade Trimestral 2016 (Período - Fev/ Mar/ Abr) - POS- VENDAS - PEUGEOT

Recomendação PV - (QA.26 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado T (Fev/ Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
		1	LUMIÈRE	0,00	ND	
2	CHAMPS ELYSEES	80,68	A	82,52	A	↔
3	LE NORD	80,00	A	81,82	A	↔
4	CANNES	72,00	A	76,92	A	↔
5	CHAMPION	75,20	A	76,07	A	↔
6	SAGA	72,73	A	75,00	A	↔
7	METZ	73,53	A	74,47	A	↔
8	BOURBON	68,33	B	71,28	A	↗
9	GAMA	75,00	A	68,42	A	↘
10	STRASBOURG	62,43	B	67,83	A	↗
11	SANTA HELENA	0,00	ND	66,67	A	↗
12	RIVIERA	73,91	A	66,67	A	↘
13	DINISA	62,50	B	66,67	A	↗
14	LA FONTAINE	60,40	B	64,90	B	↔
15	SAINT GERMAIN	58,33	B	62,50	B	↔
16	BORDEAUX	55,25	C	61,43	B	↗
17	LA MACHINE	61,40	B	60,34	B	↘
18	DOVER	50,00	C	60,00	B	↗
19	DIJON	58,26	B	58,58	B	↔
20	REFERENCE	59,26	B	58,54	B	↘
21	BELFORT	56,25	C	58,14	B	↗
22	VAL DU LION	52,95	B	56,19	B	↘
23	RIVOLI	54,00	C	55,44	B	↗
24	SAINT MARTIN	40,78	B	54,69	B	↗
25	CHANSON	50,94	C	54,65	C	↔
26	SAVARSUD	46,15	C	49,15	C	↗
27	LE MANS	0,00	ND	48,15	C	↗
28	LA VILLETTE	55,56	C	48,00	C	↘
29	REGINE	44,44	C	47,92	C	↗
30	NATIVE	42,37	C	47,06	C	↗
31	ALPES	50,00	C	46,15	C	↘
32	PORT ANDRETA	50,00	C	44,68	C	↘
33	LE LAC	43,86	B	44,55	C	↗
34	LA FRANCE	45,16	C	43,59	C	↘
35	MONTERRAT	50,00	C	43,33	C	↘
36	SAPHIR	50,00	C	38,89	D	↘
37	SUPER FRANCE	38,18	D	37,77	D	↘
38	FLORENCE	32,08	D	34,44	D	↗
39	NATION	0,00	D	33,33	D	↗
40	OPERA	33,33	D	32,61	D	↘
41	DANTON	29,07	D	32,41	D	↗
42	DAHRUJ	29,23	D	31,00	D	↗
43	AGO	30,99	D	29,58	D	↘
44	MONET	29,03	D	29,17	D	↔
45	SUPREME	33,33	D	28,57	D	↘
46	MONTECARLO	23,53	D	21,21	D	↘

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
53,66%	54,15%
Quartil	Média por faixa (T)
Q1	74,39
Q2	58,76
Q3	46,79
Q4	34,43

ND - Concessionárias sem dados para pesquisas

Total Care (Entrega/Restit) - (QA.01 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado T (Fev/ Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
		1	SAGA	88,89	A	
2	CANNES	77,27	A	80,56	A	↔
3	LE NORD	77,78	A	80,00	A	↔
4	CHAMPS ELYSEES	79,27	A	79,58	A	↔
5	BOURBON	72,73	A	73,86	A	↔
6	METZ	73,33	A	73,81	A	↔
7	CHAMPION	74,67	A	73,06	A	↘
8	RIVIERA	76,19	A	67,74	A	↘
9	DINISA	78,57	A	65,22	A	↘
10	LA FONTAINE	63,16	B	64,66	A	↗
11	STRASBOURG	56,79	B	63,73	A	↗
12	DIJON	62,39	B	61,17	B	↘
13	BORDEAUX	57,28	B	60,47	B	↗
14	SAINT GERMAIN	54,55	B	60,00	B	↗
15	VAL DU LION	61,73	B	59,18	B	↘
16	GAMA	58,33	B	57,89	B	↘
17	SAINT MARTIN	69,57	A	57,89	B	↘
18	LA MACHINE	56,25	B	57,14	B	↔
19	CHANSON	56,00	B	54,88	B	↘
20	MONTERRAT	60,00	B	53,33	B	↘
21	RIVOLI	50,36	C	53,07	B	↗
22	LA VILLETTE	52,94	C	52,17	B	↗
23	SAVARSUD	48,65	C	51,85	B	↗
24	BELFORT	51,61	C	51,25	C	↔
25	REGINE	43,75	C	47,62	C	↗
26	REFERENCE	46,15	C	46,15	C	↔
27	LE MANS	0,00	ND	45,00	C	↗
28	ALPES	50,00	C	44,29	C	↘
29	SANTA HELENA	0,00	ND	42,86	C	↗
30	NATIVE	41,38	C	40,00	C	↘
31	PORT ANDRETA	50,00	C	39,02	C	↘
32	LE LAC	37,79	C	37,11	C	↘
33	LA FRANCE	40,00	C	36,84	C	↘
34	DOVER	30,00	D	35,71	D	↗
35	SUPER FRANCE	36,36	D	34,96	D	↘
36	SAPHIR	27,27	D	33,33	D	↗
37	DAHRUJ	32,73	D	31,76	D	↘
38	FLORENCE	30,11	D	31,34	D	↗
39	DANTON	30,12	D	29,81	D	↘
40	SUPREME	33,33	D	28,57	D	↘
41	OPERA	35,71	D	27,91	D	↘
42	MONET	32,14	D	26,67	D	↘
43	AGO	25,81	D	26,23	D	↗
44	MONTECARLO	18,75	D	22,58	D	↗
45	NATION	0,00	D	0,00	D	↔
46	LUMIÈRE	0,00	ND	0,00	D	↘

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
52,82%	52,05%
Quartil	Média por faixa (T)
Q1	71,76
Q2	57,61
Q3	41,74
Q4	31,54

Retorno de Oficina - (Q.24 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado T (Fev/ Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
		1	GAMA	8,33	A	
2	LE NORD	20,00	A	18,18	A	↘
3	DIJON	23,01	A	21,31	A	↘
4	SANTA HELENA	0,00	ND	22,22	A	↗
5	CHAMPION	22,46	A	23,15	A	↔
6	CHAMPS ELYSEES	24,42	A	23,53	A	↘
7	BOURBON	20,34	A	23,66	A	↗
8	BORDEAUX	21,62	A	23,74	A	↗
9	ALPES	22,45	A	24,68	A	↗
10	LA FONTAINE	24,24	B	26,23	A	↗
11	LA MACHINE	26,44	B	26,32	B	↘
12	SAINT MARTIN	22,00	A	26,56	B	↗
13	MONTERRAT	26,67	B	26,67	B	↔
14	REFERENCE	37,04	C	26,83	B	↘
15	SAGA	30,00	B	27,27	B	↘
16	SAVARSUD	28,23	B	28,81	B	↗
17	CANNES	24,00	B	28,95	B	↗
18	FLORENCE	30,77	C	29,73	B	↗
19	STRASBOURG	30,11	B	30,22	B	↔
20	METZ	27,27	B	30,43	B	↗
21	SAINT GERMAIN	25,00	B	31,25	B	↗
22	VAL DU LION	30,95	C	31,68	C	↔
23	DAHRUJ	31,25	C	33,00	C	↗
24	LA FRANCE	29,03	B	33,33	C	↗
25	DOVER	40,00	D	33,33	C	↘
26	CHANSON	34,62	C	34,12	C	↔
27	BELFORT	32,79	C	34,15	C	↗
28	RIVOLI	32,41	C	35,64	C	↗
29	LE LAC	37,84	D	35,84	C	↘
30	LE MANS	41,38	C	36,11	C	↘
31	SUPER FRANCE	35,06	C	36,56	C	↗
32	DANTON	36,87	C	37,74	C	↗
33	DINISA	31,25	C	39,29	C	↗
34	MONET	29,03	B	39,58	D	↘
35	RIVIERA	40,91	D	40,63	D	↘
36	LA VILLETTE	33,33	C	41,67	D	↘
37	REGINE	45,71	D	42,55	D	↘
38	PORT ANDRETA	39,02	D	43,48	D	↘
39	AGO	41,43	D	44,29	D	↘
40	MONTECARLO	46,88	D	48,39	D	↘
41	SUPREME	60,00	D	50,00	D	↘
42	OPERA	46,15	D	50,00	D	↘
43	SAPHIR	50,00	D	55,56	D	↘
44	NATIVE	61,13	D	62,50	D	↘
45	NATION	100,00	D	66,67	D	↘
46	LUMIÈRE	0,00	ND	100,00	D	↘

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
30,03%	31,11%
Quartil	Média por faixa (T)
Q1	22,96
Q2	28,79
Q3	35,36
Q4	45,57

Atendimento - (QC.26 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado T (Fev/ Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
		1	LE NORD	100,00	A	
2	GAMA	100,00	A	94,74	A	↘
3	METZ	90,91	A	91,30	A	↔
4	CANNES	88,00	A	89,47	A	↔
5	CHAMPS ELYSEES	89,77	A	88,89	A	↘
6	CHAMPION	83,94	A	85,14	A	↔
7	RIVIERA	86,96	A	84,85	A	↘
8	DINISA	87,50	A	82,14	A	↘
9	BOURBON	77,97	B	81,72	A	↗
10	SAINT GERMAIN	75,00	B	81,25	A	↗
11	DOVER	80,00	B	80,00	A	↔
12	STRASBOURG	74,44	B	79,48	B	↗
13	BORDEAUX	75,00	B	79,14	B	↗
14	DIJON	80,58	B	78,64	B	↘
15	REFERENCE	77,78	B	78,05	B	↘
16	BELFORT	75,00	B	77,91	B	↘
17	RIVOLI	76,67	B	77,60	B	↘
18	LA FONTAINE	75,76	B	77,24	B	↘
19	REGINE	69,44	C	75,00	B	↗
20	VAL DU LION	75,00	B	74,29	B	↘
21	MONTERRAT	70,00	C	73,33	B	↗
22	LA MACHINE	74,16	C	73,28	B	↘
23	SAGA	70,00	C	72,73	B	↗
24						

ANEXO 3: Ranking Qualidade 2017 (Período – Fev-17 / Mar-17 / Abr-17) – Vendas – Peugeot

Ranking Qualidade 2017 (Período - fev-17/mar-17/abr-17) - VENDAS - PEUGEOT

Recomendação VN - (QA.31 - % de 9 e 10)					Emotion Drive - (Q.12 - % de Sim)					Motion Experience - (QC.14 - % de 9 e 10)					Incidentes Entrega - (Q.18 - % de Sim)					Atendimento - (QC.26 - % de 9 e 10)														
RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado 3ºMM (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)	RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado 3ºMM (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)	RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado 3ºMM (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)	RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado 3ºMM (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)							
		Nota	Quartil	Nota	Quartil				Nota	Quartil	Nota	Quartil				Nota	Quartil	Nota	Quartil				Nota	Quartil	Nota	Quartil		Nota	Quartil	Nota	Quartil	Nota	Quartil	Nota
1	MONET	100,00	A	100,00	A	↔	1	SAPHIR	89,00	C	100,00	A	↗	1	SAINT MARTIN	100,00	A	100,00	A	↔	1	SANTA HELENA	0,00	A	0,00	A	↔	1	CANNES	100,00	A	100,00	A	↔
2	BOURBON	100,00	A	100,00	A	↔	2	PREMIER	87,50	B	100,00	A	↗	2	SANTA HELENA	100,00	A	100,00	A	↔	2	BELFORT	0,00	A	0,00	A	↔	2	BOURBON	100,00	A	100,00	A	↔
3	CANNES	100,00	A	100,00	A	↔	3	ALLURE	94,81	B	100,00	A	↗	3	SAPHIR	89,81	C	100,00	A	↗	3	NATIVE	0,00	A	0,00	A	↔	3	SAGA	100,00	A	100,00	A	↔
4	NATION	100,00	A	100,00	A	↔	4	LA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔	4	CHANSON	100,00	A	100,00	A	↔	4	NATION	100,00	A	100,00	A	↔	4	ALLURE	100,00	A	100,00	A	↔
5	SANTA HELENA	83,83	C	100,00	A	↗	5	ROMA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔	5	STRASBOURG	100,00	A	100,00	A	↔	5	STRASBOURG	0,00	A	0,00	A	↔	5	NATION	100,00	A	100,00	A	↔
6	STRASBOURG	100,00	A	100,00	A	↔	6	BOURBON	100,00	A	100,00	A	↔	6	BOURBON	93,83	B	100,00	A	↗	6	LA VILLETTE	0,00	A	0,00	A	↔	6	PREMIER	100,00	A	100,00	A	↔
7	PREMIER	100,00	A	100,00	A	↔	7	SAINT GERMAIN	72,73	D	100,00	A	↗	7	SAVARSUD	100,00	A	100,00	A	↔	7	SAPHIR	0,00	A	0,00	A	↔	7	PSG	100,00	A	100,00	A	↔
8	NATIVE	100,00	A	100,00	A	↔	8	SANTA HELENA	100,00	A	100,00	A	↔	8	ALLURE	100,00	A	100,00	A	↔	8	RIVOLI	7,14	B	0,00	A	↔	8	RIVOLI	89,66	C	100,00	A	↗
9	SAPHIR	86,87	C	100,00	A	↗	9	PORT ANDRETA	100,00	A	100,00	A	↔	9	NATIVE	100,00	A	100,00	A	↔	9	LA CITE	0,00	A	0,00	A	↔	9	SAPHIR	86,87	C	100,00	A	↗
10	SAVARSUD	100,00	A	100,00	A	↔	10	CHANSON	91,82	B	96,67	B	↔	10	PREMIER	12,50	C	0,00	A	↔	10	CHANSON	100,00	A	100,00	A	↔							
11	TRIANON	100,00	A	100,00	A	↔	11	AGO	94,12	B	95,00	B	↔	11	ROMA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔	11	SAVARSUD	0,00	A	0,00	A	↔	11	BOURBON	100,00	A	100,00	A	↔
12	CHANSON	98,15	A	100,00	A	↗	12	LA MACHINE	92,00	B	93,55	A	↔	12	RIVOLI	92,86	B	100,00	A	↗	12	CHAMPS ELYSEES	2,86	A	0,00	A	↔	12	NATIVE	100,00	A	100,00	A	↔
13	AGO	83,83	C	100,00	A	↗	13	FLORENCE	92,81	B	91,18	A	↔	13	CANNES	83,83	C	100,00	A	↗	13	ALLURE	0,00	A	0,00	A	↔	13	SAVO L	84,21	B	100,00	A	↗
14	BELFORT	84,21	B	100,00	A	↗	14	LA FONTAINE	91,67	B	90,48	A	↔	14	NATION	100,00	A	100,00	A	↔	14	BOURBON	6,67	B	0,00	A	↔	14	SAVARSUD	100,00	A	100,00	A	↔
15	RIVOLI	86,21	B	100,00	A	↗	15	RIVOLI	93,10	A	86,67	A	↔	15	SAGA	100,00	A	100,00	A	↔	15	SAGA	0,00	A	0,00	A	↔	15	SAVO L	100,00	A	100,00	A	↔
16	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔	16	DAHJUJ	81,25	C	86,36	B	↔	16	LA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔	16	TRIANON	0,00	A	0,00	A	↔	16	ROMA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔
17	METZ	100,00	A	100,00	A	↔	17	STRASBOURG	100,00	A	85,00	B	↔	17	SAINT GERMAIN	100,00	A	100,00	A	↔	17	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔							
18	LA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔	18	CHAMPS ELYSEES	91,18	B	84,62	B	↔	18	LA CITE	100,00	A	100,00	A	↔	18	ROMA FRANCE	0,00	A	0,00	A	↔	18	METZ	100,00	A	100,00	A	↔
19	SAINT MARTIN	100,00	A	100,00	A	↔	19	SUPER FRANCE	85,19	B	84,21	B	↔	19	PREMIER	87,50	C	100,00	A	↗	19	SAINT MARTIN	0,00	A	0,00	A	↔	19	LA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔
20	RIVIERA	85,71	B	100,00	A	↗	20	SAGA	92,81	B	83,33	B	↔	20	RIVIERA	85,71	B	100,00	A	↗	20	CANNES	16,67	C	0,00	A	↔	20	MONTE CARLO	83,83	C	100,00	A	↗
21	J GAMBATTO	100,00	A	100,00	A	↔	21	BELFORT	84,74	B	83,33	B	↔	21	MONTSERRAT	80,00	D	100,00	A	↗	21	PSG	0,00	A	0,00	A	↔	21	SANTA HELENA	100,00	A	100,00	A	↔
22	PORT ANDRETA	75,00	D	100,00	A	↗	22	MONET	100,00	A	83,33	B	↔	22	LA MACHINE	82,35	D	97,44	A	↔	22	LA MACHINE	0,00	A	0,00	A	↔	22	LA CITE	100,00	A	100,00	A	↔
23	MONTSERRAT	100,00	A	100,00	A	↔	23	BORDEAUX	80,00	C	81,82	B	↔	23	LA MACHINE	80,00	B	90,97	A	↔	23	LA FRANCE	0,00	A	0,00	A	↔	23	RIVIERA	100,00	A	100,00	A	↔
24	CHAMPS ELYSEES	94,29	B	96,30	A	↔	24	SAVO L	79,55	C	81,25	B	↔	24	CHAMPION	94,74	B	95,35	A	↔	24	METZ	0,00	A	0,00	A	↔	24	PORT ANDRETA	100,00	A	100,00	A	↔
25	LE LAC	82,86	C	94,87	A	↔	25	SERVOPA	83,74	C	80,00	C	↔	25	AGO	88,89	B	95,00	A	↔	25	SANT GERMAIN	10,00	B	0,00	A	↔	25	MONTSERRAT	100,00	A	100,00	A	↔
26	LA MACHINE	100,00	A	91,12	A	↔	26	TRIANON	86,67	B	80,00	C	↔	26	RIVIERA	85,71	B	80,00	C	↔	26	RIVIERA	0,00	A	0,00	A	↔	26	LE LAC	84,29	B	97,44	A	↔
27	CHAMPION	92,87	B	93,02	A	↔	27	RIVIERA	85,71	B	80,00	C	↔	27	SAVO L	77,78	D	93,33	B	↔	27	J GAMBATTO	0,00	A	0,00	A	↔	27	LA MACHINE	96,77	A	96,97	A	↔
28	SAGA	100,00	A	92,31	A	↔	28	LUMIERE	86,67	B	80,00	C	↔	28	SAGA	100,00	A	92,31	B	↔	28	PORT ANDRETA	0,00	A	0,00	A	↔	28	OPERA	91,30	B	96,00	A	↔
29	PSG	100,00	A	90,91	A	↔	29	CHAMPION	84,21	B	79,07	C	↔	29	SERVO PA	88,89	B	91,14	B	↔	29	MONTSERRAT	0,00	A	0,00	A	↔	29	STRASBOURG	100,00	A	95,45	A	↔
30	LUMIERE	100,00	A	90,00	B	↔	30	BOURBON	93,75	B	77,78	C	↔	30	LA FONTAINE	89,38	C	90,91	B	↔	30	CHAMPION	97,87	A	95,35	B	↔							
31	OPERA	79,51	C	88,89	B	↔	31	NATION	100,00	A	77,78	C	↔	31	PSG	90,91	B	90,91	B	↔	31	AGO	16,67	C	5,00	A	↔	31	AGO	88,89	C	95,00	A	↔
32	LA CITE	100,00	A	87,50	B	↔	32	CANNES	83,83	C	75,00	C	↔	32	DINISA	100,00	A	90,91	B	↔	32	FLORENCE	5,00	A	5,88	A	↔	32	SHC	92,00	B	94,74	B	↔
33	SERVOPA	81,46	C	86,42	B	↔	33	SHC	84,00	C	75,00	C	↔	33	BORDEAUX	95,45	A	90,91	B	↔	33	DANTON	10,00	B	6,25	A	↔	33	BELFORT	100,00	A	94,44	B	↔
34	LA FONTAINE	84,62	B	86,36	B	↔	34	PSG	83,33	C	72,73	C	↔	34	LUMIERE	100,00	A	90,00	B	↔	34	CHAMPION	1,26	A	7,14	A	↔	34	DANTON	95,00	A	93,75	B	↔
35	SHC	76,92	D	85,00	B	↔	35	DINISA	75,00	C	72,73	C	↔	35	SHC	81,33	C	89,47	B	↔	35	DAHJUJ	20,00	C	9,09	B	↔	35	CHAMPS ELYSEES	100,00	A	92,99	B	↔
36	MONTE CARLO	68,87	D	83,33	C	↔	36	METZ	89,71	B	71,43	C	↔	36	CHAMPS ELYSEES	100,00	A	88,89	B	↔	36	SHC	12,50	C	10,53	B	↔	36	SERVOPA	92,68	B	92,41	B	↔
37	DINISA	84,62	B	81,82	C	↔	37	OPERA	72,73	D	70,37	C	↔	37	SAVO L	95,85	C	88,46	C	↔	37	SAVO L	82,22	C	13,33	B	↔	37	FLORENCE	92,50	B	91,18	C	↔
38	SAVO L	68,42	D	81,25	C	↔	38	PIGALLE	68,75	D	68,75	D	↔	38	FLORENCE	90,00	B	88,24	C	↔	38	SUPER FRANCE	11,54	C	13,46	B	↔	38	DAHJUJ	75,00	D	90,91	C	↔
39	DANTON	83,00	B	81,25	C	↔	39	SAINT MARTIN	100,00	A	66,67	D	↔	39	DANTON	89,47	B	87,50	C	↔	39	LA FONTAINE	0,00	A	13,64	C	↔	39	LUMIERE	100,00	A	90,00	C	↔
40	LE MANS	88,24	B	80,65	C	↔	40	GAMA	100,00	A	66,67	D	↔	40	GREEN VILLE	84,85	C	86,84	C	↔	40	SERVOPA	15,70	C	15,19	C	↔	40	LE MANS	88,24	B	86,67	C	↔
41	SAINT GERMAIN	90,91	B	80,00	C	↔	41	SAGA LYON	100,00	A	66,67	D	↔	41	METZ	87,50	C	85,71	C	↔	41	MONET	0,00	A	16,67	C	↔	41	LA FONTAINE	84,62	B	86,36	C	↔
42	GREEN VILLE	78,29	D	78,05	C	↔	42	LE MANS	89,79	B	66,67	D	↔	42	MONET	100,00	A	83,33	C	↔	42	DINISA	7,80	B	18,18	C	↔	42	PIGALLE	97,87	A	85,71	C	↔
43	DAHJUJ	80,25	B	77,27	C	↔	43	LE LAC	78,57	D	66,67	D	↔	43	BOURBON	78,57	D	81,82	D	↔	43	BOURBON	4,57	B	18,18	C	↔	43	GREEN VILLE	78,79	D			

ANEXO 4: Ranking Qualidade 2017 (Período – Fev-17 / Mar-17 / Abr-17) – Pós-Vendas – Peugeot

Ranking Qualidade 2017 (Período - fev-17/mar-17/abr-17) - PÓS-VENDA - PEUGEOT

Recomendação PV - (QA.26 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado 3MM (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	BOURBON	95,17	A	100,00	A	↗
2	NATION	79,17	B	90,24	A	↗
3	RIVIERA	79,09	B	89,29	A	↗
4	TRIANON	76,19	A	86,67	A	↗
5	LA FONTAINE	75,87	A	86,11	A	↗
6	CANNES	82,50	A	85,29	A	↗
7	DINISA	81,80	A	84,85	A	↗
8	OPERA	80,75	B	84,29	A	↗
9	METZ	80,00	B	84,09	A	↗
10	CHAMPS ELYSEES	80,40	A	82,87	A	↗
11	SANT GERMAIN	58,87	B	82,14	A	↗
12	CHAMPION	78,87	A	82,07	A	↗
13	BORDEAUX	70,86	B	81,58	B	↗
14	CHANSON	85,71	A	81,48	B	↘
15	LUMIERE	74,07	B	81,25	B	↗
16	NATIVE	58,87	B	81,25	B	↗
17	SANTA HELENA	81,50	A	80,77	B	↘
18	STRASBOURG	77,03	A	80,72	B	↘
19	SERVOVA	71,69	B	79,47	B	↗
20	LA MACHINE	69,81	B	77,78	B	↗
21	DAHRUJ	86,05	A	75,00	B	↘
22	GREEN VILLE	60,84	B	74,19	B	↗
23	REGINE	63,04	C	73,81	B	↗
24	SANT MARTIN	64,18	C	73,12	B	↗
25	RIVOLI	61,54	C	71,43	C	↗
26	SAGA LYON	59,13	C	70,59	C	↗
27	GAMA	61,95	C	70,59	C	↗
28	ALLURE	59,36	C	70,00	C	↗
29	SAVOL	61,29	C	69,23	C	↗
30	LE MANS	72,46	B	68,79	C	↘
31	LE LAC	62,13	C	68,78	C	↗
32	PIGALLE	60,00	ND	66,67	C	↗
33	ROMA FRANCE	76,09	B	66,67	C	↘
34	LA VILLETTE	60,00	ND	65,79	C	↗
35	J GAMBATTO	44,00	D	65,63	C	↗
36	LA FRANCE	59,78	B	65,63	C	↗
37	SHC	54,41	C	64,52	C	↗
38	BELFORT	58,92	B	64,38	C	↘
39	PSG	64,53	C	64,34	C	↗
40	LA CITE	54,00	D	64,29	D	↘
41	MONTERRAT	59,26	B	64,29	D	↘
42	SUPER FRANCE	63,51	C	63,91	D	↘
43	SAGA	66,47	C	63,64	D	↘
44	SAVARSUD	60,49	B	61,29	D	↘
45	MONET	64,52	C	58,62	D	↘
46	AGO	51,25	C	52,89	D	↘
47	PORT ANDRETA	61,94	C	52,50	D	↘
48	PREMIER	56,53	C	51,06	D	↘
49	DOVER	70,59	B	50,00	D	↘
50	SAPHIR	58,82	B	50,00	D	↘
51	FLORENCE	59,36	B	48,61	D	↘
52	DANTON	43,55	D	45,35	D	↗
53	LF CONFIANCE	ND	ND	0,00	D	↘

MÉDIA NACIONAL		MÉDIA NACIONAL
Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	81,86	84,83
Q2	71,54	79,60
Q3	63,78	67,26
Q4	54,89	56,99

Total Care (Entrega/Restit) - (QA.1 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado 3MM (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	BOURBON	92,88	A	94,12	A	↗
2	TRIANON	78,95	B	92,51	A	↗
3	RIVIERA	79,17	B	88,00	A	↗
4	METZ	82,14	A	87,80	A	↗
5	NATION	79,49	A	86,84	A	↗
6	LA FONTAINE	83,89	A	86,05	A	↗
7	CHANSON	82,13	A	82,78	A	↗
8	SANTA HELENA	77,78	A	81,82	A	↗
9	REGINE	81,99	A	81,58	A	↗
10	CHAMPS ELYSEES	81,28	A	80,20	A	↗
11	SERVOVA	68,30	B	80,11	A	↗
12	NATIVE	60,00	B	77,50	B	↗
13	CANNES	79,41	A	80,00	A	↗
14	OPERA	70,69	B	79,23	B	↗
15	CHAMPION	79,26	A	78,75	B	↘
16	STRASBOURG	74,59	B	77,71	B	↗
17	DAHRUJ	81,18	A	77,50	B	↘
18	LUMIERE	72,82	B	77,27	B	↗
19	BORDEAUX	62,41	B	77,03	B	↗
20	SANT MARTIN	62,24	B	75,32	B	↗
21	SAVOL	64,29	C	75,00	B	↗
22	LA VILLETTE	68,42	B	74,29	B	↗
23	LA MACHINE	67,01	C	71,67	B	↗
24	MONTERRAT	61,76	C	71,43	B	↗
25	J GAMBATTO	45,82	C	70,00	B	↗
26	ALLURE	51,95	C	70,00	B	↗
27	LE MANS	69,59	B	69,51	C	↘
28	RIVOLI	60,19	C	68,12	C	↗
29	LA CITE	64,00	C	67,50	C	↗
30	LE LAC	62,96	C	67,37	C	↗
31	GREEN VILLE	74,58	B	67,24	C	↘
32	LA FRANCE	60,87	C	65,52	C	↗
33	SANT GERMAIN	52,94	C	65,38	C	↗
34	PIGALLE	0,00	ND	64,44	C	↗
35	DINISA	74,19	B	64,29	C	↘
36	SUPER FRANCE	64,95	B	63,64	C	↘
37	BELFORT	63,22	C	63,24	C	↗
38	PSG	63,06	C	62,96	C	↗
39	SAGA	65,16	C	62,50	C	↗
40	ROMA FRANCE	72,73	B	60,87	D	↘
41	PORT ANDRETA	64,29	B	60,00	D	↘
42	GAMA	66,67	C	60,00	D	↘
43	FLORENCE	61,22	C	57,78	D	↘
44	SAVARSUD	45,97	C	56,98	D	↗
45	SAPHIR	48,89	C	56,52	D	↗
46	SAVARSUD	57,51	C	56,36	D	↗
47	MONET	72,98	B	55,56	D	↘
48	AGO	54,67	C	53,06	D	↘
49	PREMIER	54,76	C	52,38	D	↘
50	DANTON	52,94	C	46,91	D	↘
51	SAGA LYON	35,00	D	46,67	D	↗
52	DOVER	13,85	D	40,00	D	↗
53	LF CONFIANCE	ND	ND	0,00	D	↘

MÉDIA NACIONAL		MÉDIA NACIONAL
Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	61,65	82,73
Q2	71,07	76,59
Q3	63,39	65,60
Q4	50,50	54,37

Retorno de Oficina - (Q.24 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado 3MM (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	BOURBON	7,37	A	0,00	A	↘
2	NATION	10,51	B	4,88	A	↘
3	CANNES	10,00	B	5,28	A	↘
4	LA FRANCE	20,00	B	6,25	A	↘
5	TRIANON	14,79	A	6,67	A	↘
6	SAVOL	22,50	B	11,54	A	↘
7	GAMA	0,00	A	11,76	↘	↘
8	BORDEAUX	21,34	A	12,08	A	↘
9	J GAMBATTO	21,11	A	12,50	A	↘
10	NATIVE	23,33	A	12,50	A	↘
11	CHAMPS ELYSEES	11,52	A	13,21	A	↘
12	DAHRUJ	13,93	A	13,64	A	↘
13	SERVOVA	17,78	B	14,10	A	↘
14	CHAMPION	16,13	A	14,29	A	↘
15	OPERA	20,51	B	14,60	B	↘
16	ALLURE	22,22	B	15,00	B	↘
17	LUMIERE	16,69	B	15,32	B	↘
18	LA FONTAINE	16,49	B	16,08	B	↘
19	DOVER	25,53	C	16,67	B	↘
20	ROMA FRANCE	11,11	A	16,67	B	↘
21	SANT MARTIN	38,85	A	17,39	B	↘
22	CHANSON	10,53	A	18,01	B	↘
23	DINISA	16,67	A	18,18	B	↘
24	STRASBOURG	19,72	B	18,29	B	↘
25	LA VILLETTE	20,00	C	18,42	C	↘
26	REGINE	44,44	A	19,05	B	↘
27	LE MANS	19,70	B	19,65	C	↘
28	LA MACHINE	24,76	C	20,80	C	↘
29	PSG	19,30	B	20,98	C	↘
30	GREEN VILLE	29,95	C	21,31	C	↘
31	MONTERRAT	29,47	C	21,43	C	↘
32	RIVIERA	29,08	C	21,43	C	↘
33	FLORENCE	26,87	C	22,22	C	↘
34	METZ	26,87	C	22,73	C	↘
35	SANTA HELENA	20,00	C	23,08	C	↘
36	SUPER FRANCE	27,27	C	23,38	C	↘
37	LA CITE	36,00	C	24,39	C	↘
38	SHC	35,29	C	24,73	C	↘
39	LE LAC	25,49	C	24,75	C	↘
40	SAVARSUD	30,00	D	25,42	C	↘
41	PIGALLE	30,00	ND	27,27	D	↘
42	PORT ANDRETA	20,93	B	27,50	D	↘
43	BELFORT	26,66	C	29,17	D	↘
44	SANT GERMAIN	31,33	C	29,63	D	↘
45	DANTON	28,81	C	30,23	D	↘
46	SAGA	37,78	C	30,30	D	↘
47	MONET	14,92	A	30,36	D	↘
48	AGO	33,00	C	32,08	D	↘
49	RIVOLI	33,33	C	33,82	D	↘
50	DANTON	31,91	D	36,17	D	↘
51	SAPHIR	31,25	B	45,45	D	↘
52	SAGA LYON	43,48	B	47,06	D	↘
53	LF CONFIANCE	ND	ND	100,00	D	↘

MÉDIA NACIONAL		MÉDIA NACIONAL
Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	13,79	17,58
Q2	19,63	16,70
Q3	26,00	22,60
Q4	34,09	31,98

Atendimento - (QC.26 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 1ºT (Jan/Fev/Mar)		Resultado 3MM (Fev/Mar/Abr)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	BOURBON	92,88	A	94,12	A	↗
2	NATION	85,87	A	92,50	B	↘
3	CANNES	89,74	A	90,63	A	↗
4	METZ	93,58	A	90,48	A	↗
5	LA FONTAINE	88,82	A	90,07	A	↗
6	BORDEAUX	86,49	A	90,07	A	↗
7	REGINE	83,64	A	90,00	A	↗
8	CHAMPS ELYSEES	90,00	A	89,86	A	↗
9	SERVOVA	89,67	A	89,49	A	↗
10	RIVIERA	84,62	A	89,29	A	↗
11	CHANSON	82,24	A	88,54	A	↗
12	LUMIERE	85,06	A	88,29	B	↘
13	GAMA	100,00	A	88,24	B	↘
14	CHAMPION	86,43	A	87,85	B	↘
15	OPERA	78,15	B	87,59	B	↗
16	SAVOL	79,28	B	87,50	B	↗
17	STRASBOURG	87,65	A	86,34	B	↘
18	LA MACHINE	81,00	B	85,37	B	↗
19	TRIANON	75,00	B	84,62	B	↗
20	SANT MARTIN	80,18	B	84,34	B	↗
21	DINISA	80,10	B	83,33	B	↗
22	LA FRANCE	75,56	B	83,33	B	↗
23	DAHRUJ	85,37	B	82,93	B	↗
24	LA CITE	70,84	B	80,95	B	↗
25	DOVER	81,25	B	80,00	C	↘
26	NATIVE	80,00	C	80,00	C	↘
27	SANTA HELENA	80,00	C	79,17	C	↘
2						

ANEXO 5: Ranking Qualidade 2016 (Período – Mai / Jun / Jul) – Vendas – Peugeot

Ranking Qualidade 2016 (Período - Mai/Jun/Jul) - VENDAS - PEUGEOT

Recomendação VN - (QA.31 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2ºT (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3ºMM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	SUPREME	100,00	A	100,00	A	↔
2	SANTA HELENA	100,00	A	100,00	A	↔
3	SAVARSUD	100,00	A	100,00	A	↔
4	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔
5	LA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔
6	ALLURE	100,00	A	100,00	A	↔
7	IF CONFIANÇ	100,00	A	100,00	A	↔
8	NATIVE	100,00	A	100,00	A	↔
9	BELLORI	100,00	A	100,00	A	↔
10	LA CITÉ	100,00	A	100,00	A	↔
11	RIVIFRA	100,00	A	100,00	A	↔
12	METZ	100,00	A	100,00	A	↔
13	CHAMPS ELYSEES	100,00	A	100,00	A	↔
14	LA MACHINE	100,00	A	100,00	A	↔
15	SAINT GERMAIN	100,00	A	100,00	A	↔
16	FLORENCE	100,00	A	100,00	A	↔
17	STRASBOURG	100,00	A	100,00	A	↔
18	CHAMPION	100,00	A	100,00	A	↔
19	VAL DU LION	100,00	A	100,00	A	↔
20	SAINI MARLIN	100,00	A	100,00	A	↔
21	J GAMBATTO	100,00	A	100,00	A	↔
22	BORDEAUX	100,00	A	100,00	A	↔
23	POKI ANDREIA	100,00	A	100,00	A	↔
24	NATION	100,00	A	100,00	A	↔
25	DANTON	100,00	A	100,00	A	↔
26	GREENVILLE	100,00	A	100,00	A	↔
27	CANNES	100,00	A	100,00	A	↔
28	PIGALLE	100,00	A	100,00	A	↔
29	LE LAC	100,00	A	100,00	A	↔
30	BOURBON	100,00	A	100,00	A	↔
31	CHAMPION	100,00	A	100,00	A	↔
32	OPERA	100,00	A	100,00	A	↔
33	LA ROCHE	100,00	A	100,00	A	↔
34	MONTEI	100,00	A	100,00	A	↔
35	SAGA	100,00	A	100,00	A	↔
36	SUPER FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔
37	RIVOLI	100,00	A	100,00	A	↔
38	DILION	100,00	A	100,00	A	↔
39	GAMA	100,00	A	100,00	A	↔
40	LA FONTAINE	100,00	A	100,00	A	↔
41	LUMIERE	100,00	A	100,00	A	↔
42	LE MANS	100,00	A	100,00	A	↔
43	SHC - Rio de Janeiro	100,00	A	100,00	A	↔
44	SAPHIR	100,00	A	100,00	A	↔
45	AGO	100,00	A	100,00	A	↔
46	DINISA	100,00	A	100,00	A	↔
47	PSG	100,00	A	100,00	A	↔
48	TRIANGON	100,00	A	100,00	A	↔
49	PREMIER	100,00	A	100,00	A	↔
50	INDINE	100,00	A	100,00	A	↔
51	MONTSERRAT	100,00	A	100,00	A	↔
52	DAHRUJ	100,00	A	100,00	A	↔

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
82,1%	84,56%
Quartil	Média por faixa
Q1	95,74
Q2	85,55
Q3	80,36
Q4	69,95

Eruption Drive - (QL12 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 2ºT (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3ºMM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	SAVARSUD	100,00	A	100,00	A	↔
2	NATIVE	100,00	A	100,00	A	↔
3	SUPREME	100,00	A	100,00	A	↔
4	GAMA	100,00	A	100,00	A	↔
5	SAPHIR	100,00	A	100,00	A	↔
6	IF CONFIANÇ	100,00	A	100,00	A	↔
7	RIVOLI	99,50	A	99,50	A	↔
8	VAL DU LION	99,50	A	99,50	A	↔
9	S HASSBOURG	99,50	A	99,50	A	↔
10	IBHI ORI	99,50	A	99,50	A	↔
11	ALLURE	99,50	A	99,50	A	↔
12	METZ	99,50	A	99,50	A	↔
13	POKI ANDREIA	99,50	A	99,50	A	↔
14	CHAMPION	99,50	A	99,50	A	↔
15	PREMIER	99,50	A	99,50	A	↔
16	LA MACHINE	99,50	A	99,50	A	↔
17	GREENVILLE	99,50	A	99,50	A	↔
18	RIVIERA	99,50	A	99,50	A	↔
19	SANTA HELENA	99,50	A	99,50	A	↔
20	RIVIERA	99,50	A	99,50	A	↔
21	LA ROCHE	99,50	A	99,50	A	↔
22	CHAMPION	99,50	A	99,50	A	↔
23	SUPER FRANCE	99,50	A	99,50	A	↔
24	LORNE	99,50	A	99,50	A	↔
25	SHC - Rio de Janeiro	99,50	A	99,50	A	↔
26	DILION	99,50	A	99,50	A	↔
27	RESINE	99,50	A	99,50	A	↔
28	OPERA	99,50	A	99,50	A	↔
29	SAGA	99,50	A	99,50	A	↔
30	LA CITÉ	99,50	A	99,50	A	↔
31	BOURBON	99,50	A	99,50	A	↔
32	CHAMPS ELYSEES	99,50	A	99,50	A	↔
33	SAINI MARLIN	99,50	A	99,50	A	↔
34	MONTEI	99,50	A	99,50	A	↔
35	LUMIERE	99,50	A	99,50	A	↔
36	PIGALLE	99,50	A	99,50	A	↔
37	LE LAC	99,50	A	99,50	A	↔
38	BORDEAUX	99,50	A	99,50	A	↔
39	NATION	99,50	A	99,50	A	↔
40	PSG	99,50	A	99,50	A	↔
41	LA FRANCE	99,50	A	99,50	A	↔
42	LA FONTAINE	99,50	A	99,50	A	↔
43	DINISA	99,50	A	99,50	A	↔
44	CANNES	99,50	A	99,50	A	↔
45	AGO	99,50	A	99,50	A	↔
46	DANTON	99,50	A	99,50	A	↔
47	LE MANS	99,50	A	99,50	A	↔
48	DAHRUJ	99,50	A	99,50	A	↔
49	J GAMBATTO	99,50	A	99,50	A	↔
50	SAINI GERMAIN	99,50	A	99,50	A	↔
51	MONTSERRAT	99,50	A	99,50	A	↔
52	LA VILLETTE	99,50	A	99,50	A	↔

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
79,95%	77,82%
Quartil	Média por faixa
Q1	90,71
Q2	81,39
Q3	72,19
Q4	61,99

Motion Experience - (QC14 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2ºT (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3ºMM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	SANTA HELENA	100,00	A	100,00	A	↔
2	CANNES	100,00	A	100,00	A	↔
3	SAVARSUD	100,00	A	100,00	A	↔
4	NATIVE	100,00	A	100,00	A	↔
5	GAMA	100,00	A	100,00	A	↔
6	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔
7	IF CONFIANÇ	100,00	A	100,00	A	↔
8	VAL DU LION	100,00	A	100,00	A	↔
9	SAINI MARLIN	100,00	A	100,00	A	↔
10	ALLURE	100,00	A	100,00	A	↔
11	PORT ANDRETTA	100,00	A	100,00	A	↔
12	METZ	100,00	A	100,00	A	↔
13	RIVIERA	100,00	A	100,00	A	↔
14	PREMIER	100,00	A	100,00	A	↔
15	STRASBOURG	100,00	A	100,00	A	↔
16	FLORENCE	100,00	A	100,00	A	↔
17	CHAMPION	100,00	A	100,00	A	↔
18	CHAMPION	100,00	A	100,00	A	↔
19	LA MACHINE	100,00	A	100,00	A	↔
20	BELLORI	100,00	A	100,00	A	↔
21	DANTON	100,00	A	100,00	A	↔
22	BOURBON	100,00	A	100,00	A	↔
23	METZ	100,00	A	100,00	A	↔
24	CHAMPS ELYSEES	100,00	A	100,00	A	↔
25	J GAMBATTO	100,00	A	100,00	A	↔
26	LA FONTAINE	100,00	A	100,00	A	↔
27	NATION	100,00	A	100,00	A	↔
28	SUPER FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔
29	RESINE	100,00	A	100,00	A	↔
30	RIVOLI	100,00	A	100,00	A	↔
31	SAINI GERMAIN	100,00	A	100,00	A	↔
32	LUMIERE	100,00	A	100,00	A	↔
33	BORDEAUX	100,00	A	100,00	A	↔
34	AGO	100,00	A	100,00	A	↔
35	DILION	100,00	A	100,00	A	↔
36	MONTSERRAT	100,00	A	100,00	A	↔
37	SHC - Rio de Janeiro	100,00	A	100,00	A	↔
38	LA ROCHE	100,00	A	100,00	A	↔
39	TRIANGON	100,00	A	100,00	A	↔
40	LE MANS	100,00	A	100,00	A	↔
41	SAGA	100,00	A	100,00	A	↔
42	GREENVILLE	100,00	A	100,00	A	↔
43	SAPHIR	100,00	A	100,00	A	↔
44	MONTEI	100,00	A	100,00	A	↔
45	AGO	100,00	A	100,00	A	↔
46	LA ROCHE	100,00	A	100,00	A	↔
47	PSG	100,00	A	100,00	A	↔
48	OPERA	100,00	A	100,00	A	↔
49	PIGALLE	100,00	A	100,00	A	↔
50	LA FRANCE	100,00	A	100,00	A	↔
51	DAHRUJ	100,00	A	100,00	A	↔
52						

MÉDIA NACIONAL	MÉDIA NACIONAL
83,91%	85,95%
Quartil	Média por faixa
Q1	95,01
Q2	85,34
Q3	80,51
Q4	69,38

Incidentes Entrega - (Q.18 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 2ºT (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3ºMM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	LA VILLETTE	0,00	A	0,00	A	↔
2	SANTA HELENA	0,00	A	0,00	A	↔
3	LA FRANCE	0,00	A	0,00	A	↔
4	CANNES	0,00	A	0,00	A	↔
5	SAINI MARLIN	0,00	A	0,00	A	↔
6	IF CONFIANÇ	0,00	A	0,00	A	↔
7	GAMA	0,00	A	0,00	A	↔
8	SAPHIR	0,00	A	0,00	A	↔
9	LA CITÉ	0,00	A	0,00	A	↔
10	SAINI GERMAIN	0,00	A	0,00	A	↔
11	SAVARSUD	0,00	A	0,00	A	↔
12	BOURBON	0,00	A	0,00	A	↔
13	PIGALLE	0,00	A	0,00	A	↔
14	RIVIFRA	0,00	A	0,00	A	↔
15	J GAMBATTO	0,00	A	0,00	A	↔
16	CHAMPS ELYSEES	0,00	A	0,00	A	↔
17	LA MACHINE	0,00	A	0,00	A	↔
18	FLORENCE	0,00	A	0,00	A	↔
19	BOURBON	0,00	A	0,00	A	↔
20	VAL DU LION	0,00	A	0,00	A	↔
21	LA FONTAINE	0,00	A	0,00	A	↔
22	DANTON	0,00	A	0,00	A	↔
23	PSG	0,00	A	0,00	A	↔
24	S HASSBOURG	0,00	A	0,00	A	↔
25	CHAMPION	0,00	A	0,00	A	↔
26	LE MANS	0,00	A	0,00	A	↔
27	POKI ANDREIA	0,00	A	0,00	A	↔
28	NATION	0,00	A	0,00	A	↔
29	LE LAC	0,00				

ANEXO 6: Ranking Qualidade 2016 (Período – Mai / Jun / Jul) – Pós-Vendas – Peugeot

Ranking Qualidade 2016 (Período - Mai/Jun/Jul) - PÓS VENDA - PEUGEOT

Recomendação PV - (QA.26 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2MI (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3MM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	DINISA	81,80	A	88,00	A	↑
2	CANNES	82,01	A	85,05	A	↓
3	CHAMPS ELYSEES	82,58	A	85,48	A	↓
4	GAMA	80,89	A	85,19	A	↓
5	TRIANON	8,00	ND	83,33	A	↑
6	NATION	80,00	A	80,77	A	↓
7	SANTA HELENA	75,00	A	80,00	A	↓
8	LA MACHINE	78,21	A	75,33	A	↓
9	METZ	79,17	A	77,59	A	↓
10	GREEN VILLE	74,29	A	75,00	A	↓
11	CHAMPION	75,49	A	75,27	A	↓
12	STRASBOURG	71,94	A	74,70	A	↓
13	RIVILIA	66,67	B	73,53	B	↑
14	LA FONTAINE	70,14	B	73,50	B	↓
15	BOURBON	72,60	B	73,17	B	↓
16	DOVER	73,60	B	70,63	B	↓
17	BELFORT	68,20	B	70,68	B	↓
18	CHANSON	60,18	C	70,59	B	↑
19	SAINT MARTIN	63,31	C	69,30	B	↑
20	LUMIERE	70,55	B	69,09	B	↓
21	VAL DU LION	62,24	C	69,09	B	↓
22	DIJON	62,14	C	66,26	B	↓
23	PORT ANDRETA	51,00	C	65,63	B	↑
24	REFERENCE	62,43	C	64,52	B	↓
25	BORDEAUX	67,27	C	63,50	B	↓
26	SAVARSUD	62,14	C	62,69	C	↓
27	RIVOLI	59,24	C	59,16	C	↓
28	SAGA	60,28	C	58,33	C	↓
29	LE MANS	50,42	C	58,33	C	↓
30	LE MANS	59,27	C	58,22	C	↓
31	PSG	50,56	C	56,95	C	↓
32	OPI RA	50,56	C	56,56	C	↓
33	REGINE	51,19	C	56,00	C	↓
34	MONTECARTO	53,14	C	55,61	C	↓
35	SUPREME	62,39	C	54,55	C	↓
36	LA VILLETTE	52,58	C	54,00	C	↓
37	SAINT GERMAIN	68,16	C	53,13	C	↓
38	SUPER FRANCE	40,00	D	51,02	C	↑
39	LA ROCHE	0,00	ND	50,00	D	↑
40	NATIVE	41,67	D	48,15	D	↓
41	DAHRUI	34,31	D	44,21	D	↓
42	FLORENCE	40,72	D	43,98	D	↓
43	LE LAC	41,98	D	43,44	D	↓
44	SHC - Rio de Janeiro	0,00	ND	42,86	D	↑
45	SAPHIR	39,13	D	40,00	D	↓
46	AGO	30,80	D	38,76	D	↓
47	ALLURE	0,00	ND	38,10	D	↓
48	MONTECARLO	32,64	D	36,11	D	↓
49	MONET	35,24	D	34,41	D	↓
50	DANTON	32,60	D	25,60	D	↓

MÉDIA NACIONAL 59,4% MÉDIA NACIONAL 64,15%

Quartil	Média por faixa
Q1	78,92
Q2	68,48
Q3	55,77
Q4	39,26

Total Care (Entrega/Restit) - (QA.01 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2MI (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3MM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	DINISA	79,47	A	85,42	A	↑
2	CHAMPS ELYSEES	85,48	A	84,14	A	↓
3	CANNES	85,05	A	82,05	A	↓
4	GAMA	72,00	B	80,00	A	↑
5	DOVER	66,07	B	78,95	A	↑
6	METZ	72,34	B	76,92	A	↓
7	SANTA HELENA	67,27	B	76,19	A	↓
8	TRIANON	0,00	ND	75,00	A	↑
9	RIVIERA	65,47	B	73,53	A	↓
10	LA MACHINI	41,82	C	72,57	A	↑
11	SINGASDUNE	24,55	C	70,51	A	↑
12	CHANSON	24,41	C	70,08	A	↓
13	CHAMPION	20,20	C	70,00	B	↓
14	BELFORT	55,00	B	69,60	B	↓
15	GREEN VILLE	75,00	B	69,18	B	↓
16	BOURBON	57,14	B	68,00	B	↓
17	VAL DU LION	65,37	B	67,31	B	↓
18	LA FONTAINE	66,34	B	67,26	B	↓
19	DIJON	60,70	B	65,79	B	↓
20	REFERENCE	60,98	B	65,52	B	↓
21	NATION	100,00	A	64,00	B	↓
22	LUMIERE	64,25	B	63,00	B	↓
23	SAINT MARTIN	58,02	C	62,22	B	↓
24	SAVARSUD	57,24	C	61,29	C	↓
25	BORDEAUX	60,95	B	60,31	C	↓
26	SAGA	41,80	C	58,33	C	↓
27	PORT ANDRETA	40,80	C	57,69	C	↓
28	RIVOLI	40,80	C	58,08	C	↓
29	LE MANS	24,55	C	53,96	C	↓
30	SAINI GERMAIN	54,94	B	53,57	C	↓
31	LA J HANCI	45,00	C	52,27	C	↓
32	OPI RA	45,62	C	52,21	C	↓
33	REGINE	32,82	C	52,17	C	↓
34	LA ROCHE	0,00	ND	50,00	C	↑
35	SHC - Rio de Janeiro	0,00	ND	50,00	C	↑
36	SUPER FRANCE	42,19	C	47,66	C	↓
37	PSG	42,27	C	47,52	C	↓
38	MONTECARTO	46,14	C	44,37	D	↓
39	FLORENCE	41,98	C	45,86	D	↓
40	SUPREME	50,00	C	45,49	D	↓
41	LA VILLETTE	42,20	C	45,45	D	↓
42	NATIVE	37,50	D	44,44	D	↓
43	LE LAC	39,59	D	40,41	D	↓
44	MONET	35,42	D	35,29	D	↓
45	ALLURE	0,00	ND	35,00	D	↓
46	DAHRUI	38,57	D	34,48	D	↓
47	MONTECARLO	35,62	D	33,33	D	↓
48	AGO	32,80	D	34,09	D	↓
49	DANTON	30,72	D	28,00	D	↓
50	SAPHIR	32,33	D	27,27	D	↓

MÉDIA NACIONAL 55,57% MÉDIA NACIONAL 57,79%

Quartil	Média por faixa
Q1	76,04
Q2	67,19
Q3	53,24
Q4	37,47

Retorno de Oficina - (QA.24 - % de sim)

RK	Grupo	Resultado 2MI (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3MM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	SUPREME	12,50	A	9,09	A	↓
2	SANTA HELENA	15,24	A	11,11	A	↓
3	REFERENCE	13,64	A	12,90	A	↓
4	DINISA	24,00	B	14,00	A	↑
5	GAMA	16,00	B	14,61	A	↓
6	NATION	10,01	C	15,38	A	↓
7	CANNES	20,00	B	16,67	A	↓
8	SAINI GERMAIN	17,44	B	16,67	A	↓
9	SAGA	17,04	B	16,67	A	↓
10	DOVER	16,00	B	16,67	A	↓
11	CHAMPS ELYSEES	18,94	B	18,41	A	↓
12	LA MACHINI	25,41	B	22,41	A	↓
13	CHAMPION	24,51	B	23,33	A	↓
14	DIJON	22,87	B	23,44	B	↓
15	PIERRE ANDRIEUA	20,00	C	23,00	B	↓
16	STRASBOURG	25,71	B	23,68	B	↓
17	BORDEAUX	26,98	B	23,59	B	↓
18	LA FONTAINE	26,72	B	22,26	B	↓
19	MONTECARTO	23,24	B	25,86	B	↓
20	METZ	31,19	B	25,58	B	↓
21	VAL DU LION	30,58	B	22,10	B	↓
22	RIVOLI	29,76	B	28,34	B	↓
23	REGINE	35,70	B	28,57	B	↓
24	SHC - Rio de Janeiro	0,00	ND	28,57	B	↑
25	LUMIERE	36,54	B	29,26	B	↓
26	SUPER FRANCE	42,19	C	25,90	B	↓
27	BELFORT	28,25	C	25,69	C	↓
28	SAINI MAHINI	30,54	C	29,00	C	↓
29	LE MANS	32,61	C	30,29	C	↓
30	LA HANCI	30,54	C	31,25	C	↓
31	OPERA	38,05	C	31,67	C	↓
32	SAVARSUD	50,44	C	32,51	C	↓
33	RIVIERA	38,50	C	32,35	C	↓
34	MONTECARLO	31,62	C	32,35	C	↓
35	BOURBON	32,22	C	32,25	C	↓
36	TRIANON	0,00	ND	33,33	C	↓
37	CHANSON	33,33	C	33,33	C	↓
38	PSG	38,24	C	33,56	C	↓
39	MONET	37,50	C	35,16	D	↓
40	LE LAC	35,84	C	35,20	D	↓
41	FLORENCE	32,30	C	35,85	D	↓
42	DAHRUI	32,32	C	37,89	D	↓
43	LA VILLETTE	30,00	D	38,00	D	↓
44	AGO	43,28	C	38,89	D	↓
45	GREEN VILLE	38,46	C	40,00	D	↓
46	ALLURE	0,00	ND	42,86	D	↓
47	DANTON	46,04	C	46,23	D	↓
48	LA ROCHE	0,00	ND	50,00	D	↓
49	NATIVE	52,17	C	50,00	D	↓
50	SAPHIR	60,87	C	60,00	D	↓

MÉDIA NACIONAL 29,75% MÉDIA NACIONAL 28,66%

Quartil	Média por faixa
Q1	19,53
Q2	26,34
Q3	31,78
Q4	38,29

Atendimento - (QA.26 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2MI (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3MM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	TRIANON	0,00	ND	100,00	A	↑
2	GAMA	82,00	A	92,59	A	↓
3	SANTA HELENA	82,01	A	91,11	A	↓
4	METZ	82,45	A	89,66	A	↓
5	CHAMPS ELYSEES	89,70	A	89,52	A	↓
6	SAINT MARTIN	52,22	B	88,78	A	↑
7	DINISA	81,63	A	87,76	A	↓
8	LUMIERE	77,26	A	87,16	A	↓
9	REFERENCE	71,92	A	83,87	A	↓
10	CANNES	85,48	A	83,72	A	↓
11	CHANSON	24,11	C	83,58	A	↑
12	SAGA	25,81	C	83,33	A	↓
13	DIJON	82,00	B	82,57	B	↓
14	CHAMPION	82,16	B	82,18	B	↓
15	LA FONTAINE	82,19	B	82,05	B	↓
16	STRASBOURG	80,17	B	81,55	B	↓
17	SUPREME	82,50	B	81,82	B	↓
18	LA FRANCE	77,27	B	81,25	B	↓
19	VAL DU LION	80,22	B	80,00	B	↓
20	LA MACHINE	72,82	B	79,83	B	↓
21	BORDEAUX	82,00	B	79,80	B	↓
22	BELFORT	77,79	B	79,70	B	↓
23	BOURBON	60,51	B	79,27	B	↓
24	DOVER	60,24	C	79,17	B	↓
25	RIVOLI	78,25	B	77,39	B	↓
26	LA VILLETTE	75,04	B	76,00	C	↓
27	REGINE	75,91	B	73,47	C	↓
28	LE MANS	60,21	C	73,45	C	↓
29	NATION	100,00	A	73,08	C	↓
30	RIVIERA	73,68	B	72,73	C	↓
31	GREEN VILLE	73,92	B	72,00	C	↓
32	SAVARSUD	25,96	C	71,21	C	↓
33	PORT ANDRETA	62,00	C	70,31	C	↓
34	SUPER FRANCE	65,67	C	69,82	C	↓
35	MONTECARTO	85,12	C	69,77	C	↓
36	OPERA	84,06	C	69,10	C	↓
37	PSG	81,79	C	67,97	C	↓
38	NATIVE	62,50	C	66,67	C	↓
39	SAINI GERMAIN	77,27	C	65,63	D	↓
40	MONTECARLO	58,25	D	65,89	D	↓
41	MONET	58,82	D	63,31		

ANEXO 7: Ranking Qualidade 2017 (Período – Mai-17 / Jun-17 / Jul-17) – Vendas – Peugeot

Ranking Qualidade 2017 (Período - mai-17/jun-17/jul-17) - VENDAS - PEUGEOT

Recomendação VN - (QA.31 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2T		Resultado 3MM		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	SANT MARTIN	100,00	A	100,00	A	↔
2	AGO	100,00	A	100,00	A	↔
3	LA CITE	85,71	C	100,00	A	↗
4	SAGA	100,00	A	100,00	A	↔
5	TRIANON	100,00	A	100,00	A	↔
6	LA FONTAINE	95,00	A	100,00	A	↗
7	DAHRUJ	93,75	A	100,00	A	↗
8	CHANSON	100,00	A	100,00	A	↔
9	REGINE	100,00	A	100,00	A	↔
10	METZ	100,00	A	100,00	A	↔
11	DOVER	100,00	A	100,00	A	↔
12	SAPHIR	100,00	A	100,00	A	↔
13	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔
14	GAMA	85,71	C	100,00	A	↗
15	PREMIER	100,00	A	100,00	A	↔
16	MONET	100,00	A	100,00	A	↔
17	DINISA	100,00	A	100,00	A	↔
18	CHAMPION	100,00	A	97,62	A	↔
19	PIGALLE	84,85	C	97,14	A	↗
20	CHAMPS ELYSEES	93,55	B	96,15	A	↗
21	LA MACHINE	91,43	B	96,15	A	↗
22	SERVOPA	100,00	A	95,95	A	↔
23	VAL DU LION	96,15	A	96,65	A	↔
24	LUMIERE	93,75	A	95,45	A	↔
25	STRASBOURG	95,45	A	95,24	B	↔
26	OPERA	94,12	A	94,87	B	↔
27	BOURBON	90,91	A	92,31	B	↔
28	BORDEAUX	90,91	A	92,31	B	↔
29	GREENVILLE	82,14	B	92,00	B	↔
30	LE MANS	95,00	B	89,80	B	↔
31	FLORENCE	87,50	C	89,74	B	↔
32	PISA	80,00	C	88,89	C	↔
33	CHAMONIX	100,00	A	89,89	C	↔
34	LE LAC	88,88	C	88,68	C	↔
35	SHC	80,00	C	88,46	C	↔
36	SANTA HELENA	85,71	C	87,50	C	↔
37	NATION	100,00	A	87,50	C	↔
38	PSG	85,71	C	85,71	C	↔
39	RIVIERA	100,00	A	85,71	C	↔
40	SAVOL	84,21	C	84,21	C	↔
41	SUPER FRANCE	79,09	C	83,67	C	↔
42	SANT GERMAIN	100,00	A	83,33	D	↔
43	SAVARSUD	100,00	A	83,33	D	↔
44	DANTON	83,33	D	83,33	D	↔
45	PORT ANDRETA	100,00	A	83,33	D	↔
46	MONTE CARLO	83,33	D	80,00	D	↔
47	J GAMBATTO	83,33	D	80,00	D	↔
48	BELFORT	92,86	B	80,00	D	↔
49	MONTERRAT	66,67	D	75,00	D	↔
50	RIVOLI	80,00	D	66,67	D	↔
51	ROMA FRANCE	50,00	D	64,71	D	↔
52	SAGA LYON	100,00	A	60,00	D	↔
53	NATIVE	100,00	A	50,00	D	↔

MÉDIA NACIONAL 91,94

Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	98,16	97,87
Q2	91,55	91,96
Q3	86,56	86,67
Q4	77,40	75,28

Emotion Drive - (Q12 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 2T		Resultado 3MM		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	LA CITE	85,71	C	100,00	A	↗
2	DOVER	100,00	A	100,00	A	↔
3	NATIVE	100,00	A	100,00	A	↔
4	SAPHIR	100,00	A	100,00	A	↔
5	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔
6	RIVIERA	100,00	A	100,00	A	↔
7	DINISA	100,00	A	100,00	A	↔
8	CHANSON	92,59	A	95,00	A	↔
9	SAGA	87,50	A	94,12	A	↔
10	SAVARSUD	88,89	A	91,67	A	↔
11	PREMIER	87,50	A	91,67	A	↔
12	LUMIERE	93,75	A	90,48	A	↔
13	PISA	80,00	B	87,50	A	↔
14	SANTA HELENA	85,71	C	87,50	A	↔
15	DAHRUJ	87,50	A	87,50	A	↔
16	NATION	100,00	A	87,50	A	↔
17	SUPER FRANCE	83,09	B	87,50	A	↔
18	FLORENCE	85,00	B	87,18	A	↔
19	PSG	85,71	C	85,71	A	↔
20	BOURBON	81,82	B	84,62	B	↔
21	LA MACHINE	90,91	A	84,00	B	↔
22	PORT ANDRETA	78,50	B	83,33	B	↔
23	CHAMPION	83,33	B	83,33	B	↔
24	OPERA	85,29	B	82,05	B	↔
25	STRASBOURG	88,89	A	81,82	B	↔
26	STRASBOURG	86,67	B	80,95	B	↔
27	CHAMONIX	85,71	B	80,80	B	↔
28	MONET	86,67	B	80,00	B	↔
29	SERVOPA	78,14	C	77,46	B	↔
30	LA FONTAINE	73,58	C	76,47	C	↔
31	PIGALLE	68,75	C	75,76	C	↔
32	LE MANS	85,00	B	75,51	C	↔
33	GREENVILLE	87,86	A	75,00	C	↔
34	MONTE CARLO	80,00	C	75,00	C	↔
35	CHAMPS ELYSEES	81,82	B	73,91	C	↔
36	VAL DU LION	76,92	C	73,91	C	↔
37	LE LAC	80,81	C	73,58	C	↔
38	SHC	80,00	C	73,08	C	↔
39	SAVOL	57,89	D	72,22	C	↔
40	METZ	85,71	A	71,43	D	↔
41	AGO	84,47	A	70,00	D	↔
42	SANT MARTIN	100,00	A	66,67	D	↔
43	SANT GERMAIN	100,00	A	66,67	D	↔
44	RIVOLI	80,00	D	66,67	D	↔
45	DANTON	83,84	A	66,67	D	↔
46	GAMA	57,14	D	66,67	D	↔
47	ROMA FRANCE	64,64	D	66,67	D	↔
48	CHAMONIX	75,00	D	62,50	D	↔
49	SAGA LYON	100,00	A	60,00	D	↔
50	BORDEAUX	72,73	D	53,85	D	↔
51	MONTERRAT	60,00	D	50,00	D	↔
52	J GAMBATTO	57,14	D	50,00	D	↔
53	PSG	80,00	D	40,00	D	↔

MÉDIA NACIONAL 78,41

Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	90,95	91,04
Q2	83,19	81,07
Q3	73,06	74,44
Q4	60,84	62,50

Motion Experience - (QC.14 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2T		Resultado 3MM		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	SANT MARTIN	100,00	A	100,00	A	↔
2	CHAMPS ELYSEES	93,55	B	100,00	A	↗
3	SANTA HELENA	100,00	A	100,00	A	↔
4	MONTERRAT	100,00	A	100,00	A	↔
5	RIVIERA	100,00	A	100,00	A	↔
6	REGINE	100,00	A	100,00	A	↔
7	LA CITE	100,00	A	100,00	A	↔
8	SAGA	100,00	A	100,00	A	↔
9	PORT ANDRETA	75,00	B	100,00	A	↗
10	SAVARSUD	100,00	A	100,00	A	↔
11	AGO	94,74	A	100,00	A	↔
12	CHAMONIX	100,00	A	100,00	A	↔
13	DOVER	100,00	A	100,00	A	↔
14	SAPHIR	100,00	A	100,00	A	↔
15	RIVOLI	100,00	A	100,00	A	↔
16	DAHRUJ	100,00	A	100,00	A	↔
17	LA VILLETTE	100,00	A	100,00	A	↔
18	METZ	100,00	A	100,00	A	↔
19	NATION	100,00	A	100,00	A	↔
20	DINISA	100,00	A	100,00	A	↔
21	MONET	83,33	B	100,00	A	↗
22	VAL DU LION	96,15	A	100,00	A	↗
23	CHAMPION	100,00	A	97,56	A	↔
24	LA MACHINE	94,12	B	96,15	A	↔
25	SERVOPA	98,48	A	95,89	A	↔
26	SUPER FRANCE	86,21	C	95,65	A	↔
27	CHAMONIX	100,00	A	95,00	A	↔
28	FLORENCE	97,68	A	94,74	A	↔
29	OPERA	90,91	A	94,59	B	↔
30	LA FONTAINE	95,00	A	94,44	B	↔
31	LE LAC	94,34	B	94,34	B	↔
32	GREENVILLE	88,89	B	92,00	B	↔
33	BOURBON	90,91	B	91,67	B	↔
34	PIGALLE	81,25	C	91,43	B	↔
35	TRIANON	90,00	B	90,91	C	↔
36	PREMIER	100,00	A	90,91	C	↔
37	LUMIERE	87,50	C	90,48	C	↔
38	STRASBOURG	96,24	B	90,00	C	↔
39	SAVOL	89,47	C	89,47	C	↔
40	LE MANS	84,21	C	87,23	C	↔
41	SHC	75,00	D	84,00	C	↔
42	SANT GERMAIN	100,00	A	83,33	D	↔
43	SANT GERMAIN	100,00	A	83,33	D	↔
44	DANTON	81,82	B	83,33	D	↔
45	ROMA FRANCE	90,91	B	82,35	D	↔
46	SAGA LYON	100,00	A	80,00	D	↔
47	MONTE CARLO	80,00	D	80,00	D	↔
48	J GAMBATTO	71,43	D	80,00	D	↔
49	BELFORT	85,71	C	77,78	D	↔
50	BORDEAUX	90,91	B	76,92	D	↔
51	NATIVE	100,00	A	75,00	D	↔
52	PSG	71,43	D	71,43	D	↔
53	PISA	80,00	D	66,67	D	↔

MÉDIA NACIONAL 91,84

Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	98,27	97,57
Q2	92,86	93,33
Q3	86,63	87,64
Q4	76,92	77,03

Incidentes Entrega - (Q.18 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 2T		Resultado 3MM		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	SANT GERMAIN	0,00	D	0,00	D	↔
2	MONTERRAT	0,00	D	0,00	D	↔
3	REGINE	0,00	D	0,00	D	↔
4	SANTA HELENA	0,00	D	0,00	D	↔
5	RIVOLI	0,00	D	0,00	D	↔
6	STRASBOURG	0,00	D	0,00	D	↔
7	LA FONTAINE	10,00	B	0,00	D	↔
8	LA CITE	0,00	D	0,00	D	↔
9	SAGA	0,00	D	0,00	D	↔
10	MONTE CARLO	0,00	D	0,00	D	↔
11	SAPHIR	0,00	D	0,00	D	↔
12	METZ	0,00	D	0,00	D	↔
13	PSG	0,00	D	0,00	D	↔
14	LA MACHINE	0,00	D	0,00	D	↔
15	DOVER	0,00	D	0,00	D	↔
16	AGO	0,00	D	0,00	D	↔
17	GAMBATTO	0,00	D	0,00	D	↔
18	LA VILLETTE	0,00	D	0,00	D	↔
19	RIVIERA	0,00	D	0,00	D	↔
20	NATION	0,00	D	0,00	D	↔
21	DINISA	0,00	D	0,00	D	↔
22	VAL DU LION	0,00	D	0,00	D	↔
23	FLORENCE	5,13	B	2,63	D	↔
24	SERVOPA	1,53	B	2,74	A	↔
25	CHAMPS ELYSEES	2,31	B	3,85	A	↔
26	OPERA	0,99	B	5,41	A	↔
27	DAHRUJ					

ANEXO 8: Ranking Qualidade 2017 (Período – Mai-17 / Jun-17 / Jul-17) – Vendas – Peugeot

Ranking Qualidade 2017 (Período - mai-17/jun-17/jul-17) - PÓS-VENTA - PEUGEOT

Recomendação PV - (QA.26 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2ºT (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3ºMM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	DINISA	100,00	A	100,00	A	→
2	GAMA	76,47	B	100,00	A	→
3	RIVIERA	96,49	A	98,55	A	→
4	DAHRJU	70,41	B	95,24	A	→
5	SHC	89,10	A	91,21	A	→
6	CHANSON	84,44	A	90,96	A	→
7	METZ	86,94	A	88,37	A	→
8	PISA	73,33	B	87,50	A	→
9	LUMIERE	76,47	B	85,71	A	→
10	SANTA HELENA	76,47	B	85,71	A	→
11	CHAMPS ELYSEES	85,71	A	85,65	A	→
12	SERVOPA	85,02	A	85,54	A	→
13	NATION	86,11	A	84,62	A	→
14	LA FONTAINE	80,39	A	83,55	A	→
15	CHAMONIX	76,92	B	80,00	A	→
16	CANNES	81,83	A	80,00	A	→
17	BOURBON	86,87	A	80,00	A	→
18	J GAMBATTO	87,30	A	80,00	A	→
19	TRIANON	79,17	B	79,17	B	→
20	CHAMPION	81,18	B	78,93	B	→
21	LA MACHINE	79,10	B	78,46	B	→
22	STRASBOURG	78,21	B	77,78	B	→
23	OPERA	80,23	B	77,01	B	→
24	SAINT MARTIN	76,73	B	76,92	B	→
25	BELFORT	66,67	C	75,00	B	→
26	REGINE	75,00	B	73,91	B	→
27	LE MANS	67,33	C	73,85	B	→
28	ALLURE	75,00	B	73,68	B	→
29	DOVER	70,00	C	72,73	B	→
30	SAVARSUD	82,69	B	72,60	B	→
31	SAVOL	69,57	C	72,41	C	→
32	GREEN VILLE	70,67	C	71,62	C	→
33	LA VILLETTE	72,41	C	71,43	C	→
34	BORDEAUX	72,83	C	70,48	C	→
35	SAINT GERMAIN	75,89	B	69,70	C	→
36	PSG	58,41	D	68,18	C	→
37	PORT ANDRETA	61,11	D	67,74	C	→
38	MONNET	57,67	D	66,67	C	→
39	SAPHIR	74,39	C	65,63	C	→
40	SAGA	54,84	D	65,00	C	→
41	SUPER FRANCE	63,33	D	63,78	C	→
42	VAL DU LION	76,82	B	63,10	C	→
43	ROMA FRANCE	60,71	D	62,86	C	→
44	PREMIER	63,92	D	62,50	D	→
45	FLORENCE	60,24	D	62,01	D	→
46	LA CITE	60,47	D	60,98	D	→
47	LE LAC	52,61	D	60,90	D	→
48	NATIVE	57,14	D	56,25	D	→
49	PIGALLE	63,33	D	55,74	D	→
50	LA FRANCE	71,43	C	55,17	D	→
51	MONTERRAT	43,86	D	55,00	D	→
52	MONTE CARLO	50,00	D	51,61	D	→
53	RIVOLI	70,00	C	50,00	D	→
54	DANTON	49,39	D	47,78	D	→
55	AGO	44,33	D	39,44	D	→
56	SAGA LYON	50,00	D	30,77	D	→

MÉDIA NACIONAL MÉDIA NACIONAL
73,69 74,19 →

Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	85,71	87,04
Q2	78,80	76,60
Q3	66,19	66,51
Q4	55,60	56,31

Total Care (Entrega/Restit) - (QA.01 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2ºT (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3ºMM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	DAHRJU	87,10	A	95,00	A	→
2	DINISA	77,78	B	93,33	A	→
3	RIVIERA	91,30	A	91,38	A	→
4	NATION	87,50	A	88,89	A	→
5	SERVOPA	87,78	A	88,85	A	→
6	METZ	86,05	A	87,80	A	→
7	SHC	77,50	B	87,21	A	→
8	GAMA	75,00	B	86,67	A	→
9	BOURBON	80,39	A	85,71	A	→
10	CHANSON	80,39	A	85,37	A	→
11	CHAMPS ELYSEES	80,39	A	84,86	A	→
12	CHAMONIX	80,39	A	83,33	A	→
13	LA FONTAINE	84,94	A	82,19	A	→
14	PISA	75,00	B	81,25	A	→
15	LUMIERE	79,13	A	80,34	B	→
16	J GAMBATTO	85,71	A	78,57	B	→
17	SAINT MARTIN	75,00	B	78,31	B	→
18	SANTA HELENA	86,92	A	76,92	B	→
19	CHAMPION	80,00	A	75,77	B	→
20	STRASBOURG	78,74	B	75,38	B	→
21	DOVER	66,67	C	75,00	B	→
22	OPERA	76,70	B	74,10	B	→
23	LA MACHINE	75,00	B	73,95	B	→
24	SAGA	60,00	D	73,68	B	→
25	ALLURE	75,00	B	73,68	B	→
26	BORDEAUX	75,73	B	72,92	B	→
27	GREEN VILLE	65,28	C	72,86	B	→
28	TRIANON	75,76	B	72,69	B	→
29	SAVARSUD	83,93	B	71,64	C	→
30	LE MANS	65,41	C	71,58	C	→
31	LA VILLETTE	69,23	C	70,97	C	→
32	REGINE	70,33	C	70,73	C	→
33	CANNES	84,21	A	70,59	C	→
34	MONNET	63,15	C	70,45	C	→
35	SAVOL	68,18	C	70,18	C	→
36	BELFORT	67,47	C	70,09	C	→
37	PORT ANDRETA	63,86	C	70,00	C	→
38	LA FRANCE	78,17	A	69,23	C	→
39	PSG	63,90	C	68,93	C	→
40	FLORENCE	65,19	C	68,05	C	→
41	LA CITE	68,43	C	67,65	C	→
42	SAPHIR	70,33	B	65,52	D	→
43	SUPER FRANCE	67,99	C	63,76	D	→
44	RIVOLI	78,00	B	62,16	D	→
45	PREMIER	60,00	D	61,54	D	→
46	ROMA FRANCE	63,75	C	61,54	D	→
47	SAPHIR	63,88	C	61,29	D	→
48	VAL DU LION	76,71	B	60,00	D	→
49	LE LAC	61,00	D	59,44	D	→
50	MONTERRAT	46,15	D	57,89	D	→
51	PIGALLE	62,34	D	57,63	D	→
52	NATIVE	53,55	D	46,67	D	→
53	DANTON	42,17	D	43,21	D	→
54	MONTE CARLO	30,00	D	39,29	D	→
55	SAGA LYON	44,44	D	38,46	D	→
56	AGO	39,68	D	36,51	D	→

MÉDIA NACIONAL MÉDIA NACIONAL
72,11 73,40 ↑

Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	84,80	87,02
Q2	76,17	75,35
Q3	66,35	69,97
Q4	55,35	57,94

Retorno de Ofidina - (Q.24 - % de Sim)

RK	Grupo	Resultado 2ºT (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3ºMM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	CHAMONIX	0,00	A	5,00	A	→
2	DINISA	6,67	A	6,67	A	→
3	GAMA	10,65	B	6,67	A	→
4	LA FRANCE	10,71	B	7,14	A	→
5	METZ	19,57	B	9,30	A	→
6	CANNES	9,53	A	10,53	A	→
7	CHANSON	16,30	B	11,43	A	→
8	LUMIERE	11,31	B	12,10	A	→
9	CHAMPS ELYSEES	10,00	B	12,28	A	→
10	DINISA	20,00	C	13,33	A	→
11	SHC	15,48	B	13,33	A	→
12	SERVOPA	11,03	A	13,33	A	→
13	NATION	8,50	A	13,51	A	→
14	DOVER	11,11	B	13,64	A	→
15	DAHRJU	11,76	B	14,29	A	→
16	SANTA HELENA	20,41	B	14,29	A	→
17	MONTERRAT	14,29	B	15,00	B	→
18	SAINT GERMAIN	20,00	C	15,15	B	→
19	CHAMPION	15,78	B	15,35	B	→
20	STRASBOURG	13,96	B	15,61	B	→
21	RIVIERA	20,00	C	16,42	B	→
22	LA FONTAINE	12,38	A	16,56	B	→
23	SAVARSUD	23,81	C	16,67	B	→
24	PSG	19,64	B	17,43	B	→
25	PISA	20,00	C	18,75	B	→
26	OPERA	16,18	B	19,30	B	→
27	PORT ANDRETA	22,32	C	19,35	B	→
28	BORDEAUX	18,27	B	19,43	B	→
29	LE LAC	22,32	C	19,77	C	→
30	J GAMBATTO	6,75	A	20,00	C	→
31	ROMA FRANCE	21,43	C	20,00	C	→
32	LA VILLETTE	27,69	D	20,59	C	→
33	LE MANS	21,05	C	21,21	C	→
34	SAINT MARTIN	21,11	C	22,22	C	→
35	FLORENCE	22,43	C	22,73	C	→
36	SAVOL	26,09	D	22,81	C	→
37	LA MACHINE	22,73	C	23,26	C	→
38	SUPER FRANCE	23,99	C	23,26	C	→
39	PIGALLE	26,64	C	24,59	C	→
40	MONNET	34,00	D	25,00	C	→
41	SAGA	22,58	C	25,00	C	→
42	LA CITE	17,95	B	25,00	C	→
43	BELFORT	28,89	D	25,93	C	→
44	VAL DU LION	18,18	B	26,19	D	→
45	ALLURE	18,75	B	26,32	D	→
46	TRIANON	34,20	D	27,08	D	→
47	SAPHIR	22,58	C	28,13	D	→
48	REGINE	22,90	C	30,43	D	→
49	GREEN VILLE	38,78	D	31,08	D	→
50	RIVOLI	26,00	C	31,58	D	→
51	DANTON	32,22	D	31,82	D	→
52	MONTE CARLO	36,36	D	35,48	D	→
53	PREMIER	42,31	D	35,71	D	→
54	NATIVE	35,71	D	37,50	D	→
55	AGO	38,23	D	38,03	D	→
56	SAGA LYON	50,00	D	46,15	D	→

MÉDIA NACIONAL MÉDIA NACIONAL
19,50 19,31 →

Quartil	Média por faixa	Média por faixa
Q1	13,37	12,34
Q2	16,95	15,90
Q3	22,94	22,46
Q4	33,45	31,82

Atendimento - (QC.26 - % de 9 e 10)

RK	Grupo	Resultado 2ºT (Abr/Mai/Jun)		Resultado 3ºMM (Mai/Jun/Jul)		Evolução (Quartil)
		Nota	Quartil	Nota	Quartil	
1	DAHRJU	90,93	A	100,00	A	→
2	DINISA	88,89	A	100,00	A	→
3	SHC	91,46	A	98,88	A	→
4	RIVIERA	94,53	A	98,97	A	→
5	METZ	95,45	A	95,24	A	→
6	CHAMONIX	91,67	A	94,44	A	→
7	BOURBON	93,33	A	93,33	A	→
8	GAMA	90,35	A	93,33	A	→
9	SERVOPA	78,93	B	92,92	A	→
10	NATION	91,18	A	91,89	A	→
11	LA FONTAINE	91,33	A	91,33	A	→
12	REGINE	93,48	A	90,91	A	→
13	CHANSON	88,99	B	90,29	A	→
14	CANNES	90,91	A	90,00	A	→
15	CHAMPS ELYSEES	89,18	B	89,38	A	→
16	BORDEAUX	91,35	A	89,00	B	→
17	LUMIERE	87,18	B	88,62	B	→
18	PISA	88,30	B	86,67	B	→
19	SAPHIR	80,00	B	86,67	B	→
20	BELFORT	79,31	B	86,24	B	→

ANEXO 9: Relatório de Fechamento



voce está no site



PEUGEOT

clique aqui para voltar à tela inicial



Documentação e Podium de suporte

Usuário: GAMA - ARACAJU

Último Acesso: 19/11/2017 12:33

[Relatórios Online](#) • [Download de Resultados](#) • [Suporte](#) • [Sair](#)

• [Resumo Geral](#) (Clique aqui para informações sobre a página)

COMUNICADO

CLIQUE AQUI PARA FECHAR

17/10/2017

Bom dia,

Gostaríamos de informar que o site já está normalizado e que as uploads dos arquivos de OS já podem ser feitas normalmente.

Muito obrigado.

1

Filtro: Grupo - GAMA Pesquisar

Vendas

Ativancas (Inmetre Calendário: Out'17)

Recomendação VN(OA31)

 **100%**

Incidentes na Entrega(O18)

 **0%**

Imobion-Drive(O12)

 **67%**

[Veja + Indicav](#)

Hot Alerts

Resultados considerando todos os casos de 2017



Você tem

0

Hot Alert(s) Pendente(s)

[Clique aqui para resolvê-lo\(s\)](#)

Recuperação de Cadastros

Existem **0** registro(x) a serem recuperado(x)

[CLIQUE AQUI PARA CORRIGI-LOS](#)

100% de e-mails corretos

■ Registro Válido ■ E-mail-Endereço não corrigido ■ E-mail Corrigido

3 Entrevistas realizadas no trimestre Calendário: Out'17

Pós-Vendas

Ativancas (Inmetre Calendário: Out'17)

Recomendação PV(OA28)

 **67%**

Retorno (O24)

 **33%**

Verbalizações Negativas (O15)

■ Preço alto, não reagiu a... ■ Preço alto, não reagiu a... ■ Preço alto, não reagiu a...

[Veja + verbalizacoes](#)

Hot Alerts

Resultados considerando todos os casos de 2017



Você tem

0

Hot Alert(s) Pendente(s)

[Clique aqui para resolvê-lo\(s\)](#)

Recuperação de Cadastros

Existem **0** registro(x) a serem recuperado(x)

[CLIQUE AQUI PARA CORRIGI-LOS](#)

100% de e-mails corretos

■ Registro Válido ■ E-mail-Endereço não corrigido ■ E-mail Corrigido

3 Entrevistas realizadas no trimestre Calendário: Out'17

Relatórios de Fechamento (Set'17)

ANEXO 10: Tabelas de revisão 2017 - 1

RV - 208 1.2 EB2	Revisão Básica - 2017										
	A (10, 30, 50, 70 e 90 mil KM)					B (20, 60 e 100 mil KM)		C (40 mil KM)		D (80 mil KM)	
Valor Final Revisão 2017	409,68					725,15		936,24		1808,67	
DESCRİÇÃO	CÓDIGO	PREÇO UNIT R\$	QTD	PREÇO TOTAL R\$	QTD	PREÇO TOTAL R\$	QTD	PREÇO TOTAL R\$	QTD	PREÇO TOTAL R\$	
ÓLEO SINTÉTICO - QUARTZ INEO ECS 5W30	PDB003021	31,60	3,30	104,28	3,30	104,28	3,30	104,28	3,30	104,28	
ANEL DO BUJÃO	031338	3,69	1,00	3,69	1,00	3,69	1,00	3,69	1,00	3,69	
FILTRO DE ÓLEO DO MOTOR	1109AL	32,23	1,00	32,23	1,00	32,23	1,00	32,23	1,00	32,23	
FILTRO COMBUSTIVEL	1567E1	32,00	-	-	1,00	32,00	1,00	32,00	1,00	32,00	
ELEMENTO DE FILTRO DE AR	9809643880	62,50	-	-	1,00	62,50	1,00	62,50	1,00	62,50	
FILTRO DE PÓLEN	1609428180	51,39	-	-	1,00	51,39	1,00	51,39	1,00	51,39	
VELA (UNIDADE)	9803800180	50,00	-	-	-	-	3,00	150,00	3,00	150,00	
CORREIA DA DISTRIBUIÇÃO	1610870580	210,00	-	-	-	-	-	-	1,00	210,00	
CORREIA DA BOMBA D'ÁGUA	9675874180	45,77	-	-	-	-	-	-	1,00	45,77	
CORREIA DO ALTERNADOR	9675874480	79,00	-	-	-	-	-	-	1,00	79,00	
KIT DE PROTEÇÃO PARA O VEÍCULO	0899500004	5,07	1,00	5,07	1,00	5,07	1,00	5,07	1,00	5,07	
LIQUIDO LIMPA VIDROS (200ML)	LBRW004807	8,77	1,00	8,77	1,00	8,77	1,00	8,77	1,00	8,77	
FLUIDO DE FREIOS (0,5 L)	PDB003003	24,91	-	-	-	-	-	-	-	-	
CARTÃO OXI SANITIZAÇÃO	LBRP005253	79,25	-	-	-	-	-	-	-	-	
PALHETA DO PARA-BRISA - DIREITA	1610033380	69,97	-	-	-	-	-	-	-	-	
PALHETA DO PARA-BRISA - ESQUERDA	1610033280	86,76	-	-	-	-	-	-	-	-	
KIT LUBRIFICAÇÃO	3890503100	20,03	-	-	-	-	-	-	-	-	
LIQUIDO DE ARREFECIMENTO CONCENTRADO (1L)	PDB003011	46,26	-	-	-	-	-	-	-	-	
SUB-TOTAL PEÇAS:				154,04		299,93		449,93		784,70	
VALOR MÃO DE OBRA REVISÃO PADRÃO	hora	R\$ 260,00	0,80	208,00	1,40	364,00	1,60	416,00	3,52	916,08	
LAVAGEM		R\$ 30,00		30,00		30,00		30,00		30,00	
MÃO DE OBRA DE OXISANITIZAÇÃO											
MÃO DE OBRA DE ALINHAMENTO E BALANCEAMENTO		135,00									
TOTAL DE MÃO DE OBRA				238,00	1,40	394,00	1,60	446,00	3,52	946,08	
TAXA DE ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA - Cartão Em até 6X		4,5%		17,64		31,23		40,32		77,89	
Revisão 2017 (calculado)				409,68		725,15		936,24		1.808,67	

ANEXO 13: Pesquisa Realizada Pela Concessionária

Relatorio de Questionario					
Eventos Encerrados - De 01/02/2016 até 31/07/2017					
Empresa: GAMA PEUGEOT		Página: 1			
Filial: GAMA PEUGEOT		Data de Impressão: 24/11/2017			
Questionario: Peugeot (Pesquisa Satisfacao Servicos)					
Pergunta	Resposta				
	Q1) Como o Sr(a). avalia a prestação de serviços de nossa oficina?	Totalmente Satisfeito	124	91,2	
	Parcialmente Satisfeito	12	8,8		
Q8) Todos os serviços solicitados pelo Sr(a) foram realizados?	Sim	127	93,4		
	Nao	9	6,6		
Q9) Qual a sua satisfação em relação a qualidade dos serviços efetuados?	Totalmente Satisfeito	126	92,6		
	Parcialmente Satisfeito	10	7,4		
Q) Como você avalia a limpeza do seu veiculo quando lhe foi devolvido?	Totalmente Satisfeito	123	90,4		
	Parcialmente Satisfeito	13	9,6		
Q16) Você recomendaria a concessionária GAMA VEICULOS a um amigo ou parente?	Sim	131	96,3		
	Nao	5	3,7		

ANEXO 14: Pesquisa Realizada Pela Montadora

PESQUISA REALIZADA PELA MONTADORA

Nome do Cliente:
 Respondente:
 Concessionária:
 Veículo: 2008 CROSSWAY 1.6 AUT
 Data do Evento: 2017-10-26
 CPF Consultor/Vendedor:
 Data da Entrevista: 12/11/2017
 Data da Exportação: 24/11/2017 - 10:20:01

Questão	Resposta
VE.F1 - (Obrigatória) Você estava presente: RU	1. Na compra e na entrega
VE.QA1 - Que nota você atribui à qualidade do serviço prestado por sua concessionária?	10.
VE.QA31 - (Resposta obrigatória) Você recomendaria este Concessionário aos seus familiares e amigos?	10.
VE.QN3 - Quais são os pontos de que você gostou na sua experiência de compra?	Um bom atendimento.
VE.QN5 - Quais são os pontos do atendimento da concessionária que menos gostou na ocasião que levou e retirou seu veículo?	Não houve.
VE.QA70 - Como você avalia o aspecto interno e externo da concessionária (acessibilidade, sinalização, limpeza, conforto, etc.)?	10.
VE.QA71 - Tem observações ou sugestões em relação ao aspecto geral, interno e externo, da Concessionária?	Não.
VE.Q11 - O vendedor propôs-lhe espontaneamente um Test-Drive antes da compra do seu veículo?	1. Sim
VE.Q12 - Sendo oferecido, ou não, você realizou o Test-Drive antes da compra do seu veículo?	1. Sim
VE.Q15 - O seu veículo foi entregue na data combinada? RU	2. SIM, na data combinada
VE.QC14 - Como você avalia a apresentação do seu veículo feita pelo vendedor/Responsável pela entrega?	10.
VE.Q18 - Ocorreram incidentes ou problemas especificamente no dia da entrega?	2. Não
VE.Q25 - Você foi contactado pela concessionária para saber se tudo correu bem (por telefone, SMS, e-mail ou de outra forma)?	2. Não
VE.QC26 - Qual é o seu nível de satisfação com os seguintes itens: A atitude geral dos seu vendedor (recepção, amabilidade, disponibilidade, consideração, etc.)?	10.
VE.QC27 - A competência profissional (conhecimento do modelo e de seus concorrentes, opções de financiamento oferecidas, conselhos, sequência do pedido, acompanhamento, etc.)?	10.
VE.QC28 - A atenção dada (capacidade de prestar atenção, compreensão de sua necessidade, atendimento e valorização de sua expectativa, etc.)?	10.
VE.QC29 - Quais são as principais razões que motivaram suas notas sobre seu relacionamento com o seu vendedor?	Um bom atendimento.
VE.QA29 - Que nota você daria para seu veículo como um todo?	8.
VE.QA29a - Quais são as principais razões que justificam sua nota?	A central multimídia é complicada.A suspensão em ruas irregulares não é bem firme.
VE.Q34 - Você autoriza que suas respostas sejam identificadas nominalmente para a (MARCA) e a concessionária?	1. SIM, aceito que as minhas respostas lhes sejam transmitidas nominalmente com o meu nome e dados.A (MARCA) e o Concessionário poderão voltar a entrar em contato comigo com base nestas informações com vista a melhorarem a minha satisfação.
VE.Q36 - Qual era a marca do veículo que substituiu?	12. PEUGEOT
VE.Q37 - Qual seu sexo:	2. Masculino
VE.Q38 - Você tem:	5. 55 anos ou mais
VE.Q39 - Você responde como (o veículo é de uma):	1. Pessoa Física

ANEXO 15: Premiação 1º Trimestre 2017



Extrato Premiação Qualidade de Serviços Apuração 1º tri./2017 (Jan a Mar/17)

Prezado Concessionário,

Abaixo você vai encontrar o Extrato da Premiação Qualidade de Serviços referente ao seu Grupo de Concessionárias.

Segundo a Política Comercial 2017 e a Circular do PQT 1º Trimestre Peugeot do Brasil, o prêmio total reflete o resultado da pesquisa EQC, ou seja, exatamente sua atuação nas alavancas definidas pela Marca para 2017, sendo para VN: Recomendação, Incidentes e Motion Experience, e para PV: Recomendação e Retorno da oficina.

Lembre-se que o prêmio máximo é de R\$ 1.050 por veículo emplacado. Este valor deve ser utilizado por você como balizador de melhoria, se sua concessionária recebeu um valor menor, você pode e deve melhorar.

Para isso, crie um Plano de Ação para reverter esta situação e melhorar sua pontuação. Utilize da experiência de seu Gerente Regional de Vendas e de Pós Vendas para ajudar você a criar um Plano de Ação bem estruturado. Não se esqueça que o pagamento dos Prêmios dependem de sua performance, ou seja, DE VOCÊ E DE SUA EQUIPE.

O pagamento da premiação ocorreu no dia 15 de Maio de 2017.

Ressaltamos que o resultado da premiação é calculado por Grupo, mas o crédito do valor pode ocorrer de forma fracionado por PDV (De acordo com a declaração de venda).

Estamos à disposição para quaisquer dúvidas ou esclarecimentos que se façam necessários.

Atenciosamente,
Direção Cliente

INFORMAÇÕES GERAIS

GRUPO GAMA

APURAÇÃO PRÊMIO

Vendas

EQC ONLINE

QUESTÕES	Resultado	Quartil	Faixa
VE.QA31 - Recomendação VN	100	1	R\$ 150
VE.Q18 - Incidentes na Entrega	25	4	R\$ -
VE.QC14 - Motion Experience	100	1	R\$ 150

Pós-Venda

QUESTÕES	Resultado	Quartil	Faixa
PV.QA26 - Recomendação PV	78,57	1	R\$ 200
PV.Q24 - Retorno Oficina	0	1	R\$ 300

RESULTADO PARCIAL

EQC	
Quantidade de Veículos considerados:	23
Valor por Veículo:	R\$ 300
Quantidade X Valor por Veículo (EQC):	R\$ 6.900,00

EQC	
Quantidade de Veículos considerados:	23
Valor por Veículo:	R\$ 500
Quantidade X Valor por Veículo (EQC):	R\$ 11.500,00

APURAÇÃO CHAVES DE ACESSO E PENALIZAÇÃO

ITENS VENDAS	OBJ. (%)	ÍNDICE (%)	STATUS
% de E-mail validos	≥ 80%	93,33	OK
Amostra de Pesquisa Trimestral	≥ 5 pesq.	5	OK
Responsável Qualidade	1 por Grupo	-	OK
Equipe Consultor Comercial Treinada	≥ 80%	100,00	OK

LEGENDA:

CHAVE DE ACESSO
PENALIZAÇÃO

ITENS VENDAS	OBJ. (%)	ÍNDICE (%)	STATUS
% de E-mail validos	≥ 80%	97,59	OK
Amostra de Pesquisa Trimestral	≥ 15 pesq.	14	NOK
Envio de Os's no PRAZO (Até 7 dias após o encerramento)	≥ 95%	73,86	NOK
Tempo de Resposta dos casos do SAC (Até 24hrs)	≥ 90%	-	OK
CQO	1 por CE	-	NOK
Equipe Consultor de Serviço Treinada	≥ 80%	100,00	OK
Controle Carro Reserva	Auditoria	-	-

PREMIAÇÃO RECEBIDO

VENDAS: Valor total após a aplicação da chave de acesso e penalizações:

R\$ 6.900,00

PÓS-VENDAS: Valor total após a aplicação da chave de acesso e penalizações:

R\$ 11.500,00

Detalhamento do Pagamento

Como tivemos um erro no pagamento do ultimo PQT os pagamento se acumularam. Desta forma iremos detalhar o que a concessionária recebeu e irá receber. Estamos a disposição para qualquer esclarecimento.

2ª parcela do 4º Trimestre do PQT	R\$	4.200,03
REVOGAÇÃO do 4º Trimestre do PQT	R\$	- +
Premio total (VN e PV) do 1º Trimestre do PQT	R\$	6.900,00
Total a Recebe	R\$	11.500,00

Total creditado em 15/05/2017

* Alguns veículos foram considerados fora da Política Comercial erroneamente, alinhamos o sistema e já imputamos para pagamento

ANEXO 16: Premiação 2º Trimestre 2017



Extrato - Premiação Qualidade de Serviços Apuração 2º tri./2017 (Abr a Jun/17)

Prezado Concessionário,

Abaixo você vai encontrar o Extrato da Premiação Qualidade de Serviços referente ao seu Grupo de Concessionárias.

Seguindo a Política Comercial 2017 e a Circular do PQT 2º Trimestre Peugeot do Brasil, o prêmio total reflete o resultado da pesquisa EQC, ou seja, exatamente sua atuação nas alavancas definidas pela Marca para 2017, sendo para VN: Recomendação, Incidentes e Motion Experience; e para PV: Recomendação e Retorno da oficina.

Lembre-se que o prêmio máximo é de R\$ 1.050 por veículo emplacado. Este valor deve ser utilizado por você como balizador de melhoria, se sua concessionária recebeu um valor menor, você pode e deve melhorar.

Para isso, crie um Plano de Ação para reverter esta situação e melhorar sua pontuação. Utilize da experiência de seu Gerente Regional de Vendas e de Pós Vendas para ajudar você a criar um Plano de Ação bem estruturado. Não se esqueça que o pagamento dos Prêmios dependem de sua performance, ou seja, DE VOCÊ E DE SUA EQUIPE.

O pagamento da premiação ocorreu no dia 15 de Agosto de 2017.

Ressaltamos que o resultado da premiação é calculado por Grupo, mas o crédito do valor pode ocorrer de forma fracionado por PDV (De acordo com a declaração de venda).

Estamos à disposição para quaisquer dúvidas ou esclarecimentos que se façam necessários.

Atenciosamente,
Direção Cliente

INFORMAÇÕES GERAIS

GRUPO GAMA

APURAÇÃO PRÊMIO

Vendas				Pós-Venda			
EQC ONLINE				EQC ONLINE			
QUESTÕES	Resultado	Quartil	Faixa	QUESTÕES	Resultado	Quartil	Faixa
VE.QA31 - Recomendação VN	85,71	3	R\$ -	PV.QA26 - Recomendação PV	76,47	2	R\$ 200
VE.Q18 - Incidentes na Entrega	28,57	4	R\$ -	PV.Q24 - Retorno Oficina	17,65	2	R\$ 100
VE.QC14 - Motion Experience	71,43	4	R\$ -				
RESULTADO PARCIAL				RESULTADO PARCIAL			
EQC		EQC		EQC		EQC	
Quantidade de Veículos considerados:	36	Valor por Veículo:	R\$ -	Quantidade de Veículos considerados:	36	Valor por Veículo:	R\$ 300
Quantidade X Valor por Veículo (EQC):		R\$	-	Quantidade X Valor por Veículo (EQC):		R\$	-

APURAÇÃO CHAVES DE ACESSO E PENALIZAÇÃO

ITENS VENDAS	OBJ. (%)	ÍNDICE (%)	STATUS	ITENS VENDAS	OBJ. (%)	ÍNDICE (%)	STATUS
% de E-mail validos	≥ 80%	100,00	OK	% de E-mail validos	≥ 80%	94,52	OK
Amostra de Pesquisa Trimestral	≥ 5 pesq.	7	OK	Amostra de Pesquisa Trimestral	≥ 15 pesq.	17	OK
Responsável Qualidade	1 por Grupo	-	OK	Envio de Os's no PRAZO (Até 7 dias após o encerramento)	≥ 95%	87,84	NOK
Equipe Consultor Comercial Treinada	≥ 80%	100,00	OK	Tempo de Resposta dos casos do SAC (Até 24hrs)	≥ 90%	-	OK
				CQO	1 por CE	-	OK
				Equipe Consultor de Serviço Treinada	≥ 80%	100,00	OK
				Controle Carro Reserva	Auditoria	-	OK

LEGENDA:
 CHAVE DE ACESSO
 PENALIZAÇÃO

PREMIAÇÃO DO 2º TRIMESTRE

VENDAS: Valor total após a aplicação da chave de acesso e penalizações:	PÓS-VENDAS: Valor total após a aplicação da chave de acesso e penalizações:
R\$ -	R\$ -

DETALHAMENTO DO PAGAMENTO

Resultado da Auditoria por Grupo:	93,55%	Resultado da Auditoria por Grupo:	95,45%
Faixa de pagamento da Auditoria:	100,00%	Faixa de pagamento da Auditoria:	100,00%
Prêmio Recebido no 1º Trimestre (I):	-	Prêmio Recebido no 1º Trimestre (I):	R\$ -
Prêmio Recebido no 2º Trimestre (II):	R\$ -	Prêmio Recebido no 2º Trimestre (II):	R\$ -
Prêmio total do Semestre (III):	R\$ -	Prêmio total do Semestre (III):	R\$ -
Prêmio total do Semestre X Faixa de pagamento Auditoria (IV)	R\$ -	Prêmio total do Semestre X Faixa de pagamento Auditoria (IV)	R\$ -
Valor creditado (IV - I):	R\$ -	Valor creditado (IV - I):	R\$ -
	R\$ -		R\$ -

Total Recebido no 2º Trimestre (VN + PV): R\$ -