



Oficina de Alta Performance para clientes autônomos

Norberto Conceição dos Prazeres

A oficina de automóveis possui em sua clientela autônomos, ou seja, pessoas que utilizam seus veículos como ferramenta de trabalho. A oficina pertencente ao pai de Carlos Alexandre estava enfrentando graves prejuízos e perdendo sua principal clientela.

O motivo dessa baixa performance da oficina está ligado a forma como era feita a tratativa com o cliente autônomo, pois o veículo desse cliente nunca estava disponível para ser realizado a manutenção preventiva e corretiva, o maior problema era atender esse cliente na hora ou em um horário alternativo, esse fator fez com o cliente migrasse para outras oficinas, fazendo com que a Oficina do pai do Carlos Alexandre tivesse enormes prejuízos.

Mediante a essa situação Carlos Alexandre procurou uma consultoria que o orientou a aplicar o processo de OAP (Oficina de Alta Performance) onde o foco é o cliente. O processo foi implantado na oficina, através de contratação de mão de obra e treinamentos. O processo focava no agendamento do cliente, que consistia ligar para o cliente e agendar um horário compatível com a agenda do cliente, o agendador fazia uma entrevista com o cliente para saber quais os eventuais problemas, essas informações são passadas para a oficina, que, baseada no pré-diagnóstico deixava um profissional com o ferramental e peças à disposição desse cliente, a OAP busca a fidelização do cliente através do agendamento do serviço, recepção, programação, diagnóstico, reparo, manutenção, fechamento da ordem de serviço e entrega de serviço.



Figura 1 – Análise Swot

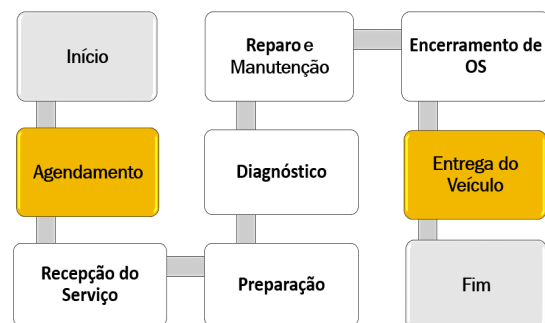


Figura 2 –Fluxograma da OAP.

O aluno do ensino médio Carlos Alexandre trabalha na oficina do pai, onde os clientes potenciais são vendedores autônomos que utilizam seus veículos para o trabalho diário. Porém, a oficina está tendo muita reclamação e perdendo muitos clientes, o que fez a oficina dispensar alguns funcionários e passar a atrasar os salários.

Carlos Alexandre, preocupado com a situação da oficina, com várias dívidas e com a eminência de fechar as portas, procurou uma consultoria para potencializar o negócio e fortalecer o sonho do pai. A princípio, Carlos Alexandre não acreditou muito a consultoria, pois além do valor da consultoria, não era garantia de sucesso.



Como não tinha outra alternativa, assinou o contrato e começou a reestruturação do seu negócio. O programa de OAP (Oficina de Alta Performance) visa modernizar o atendimento das oficinas, com o aprimoramento dos processos de atendimento ao cliente, desde o agendamento do serviço, recepção, programação, diagnóstico, reparo, manutenção, fechamento da ordem de serviço e entrega de serviço, além de relatórios e controles das operações realizadas (GONÇALVES, 2022). O programa OAP (Oficina de Alta Performance) segue processos robustos de atendimento onde a eficiência e a qualidade dos veículos sejam rotina. E, na mesma medida em que aumentam as exigências dos clientes quanto aos serviços, as oficinas aprimoram seus processos para oferecer um atendimento cada vez melhor e mais ágil, sem abrir mão da qualidade típica que norteiam e consolidam a expansão de Oficina de Alta Performance (KOTLER, 2015).



Figura 3 – Oficina de Alta Performance.

Notas de Ensino

- **Resumo:**

Este estudo de caso (baseado na Oficina de Alta Performance) foi estruturado de forma a proporcionar aos alunos uma visão abrangente do empreendedorismo, desde a identificação de oportunidades até a criação de um negócio viável. Durante a aula os alunos participam de atividades teóricas e práticas. Os estudantes são expostos a conceitos fundamentais, como identificação de mercado, análise de viabilidade, criação de planos de negócio e estratégias de marketing. Além disso, eles têm a oportunidade de interagir com empreendedores locais, visitar empresas e participar de competições empreendedoras. O conhecimento adquirido durante o programa, encorajará seus próprios projetos empreendedoras. Alguns desses projetos poderão evoluir para negócios reais, com alguns estudantes se tornando empreendedores de sucesso. Essa experiência não só proporcionará oportunidades de crescimento pessoal, mas também contribuirá para o desenvolvimento econômico da região.

- **Palavras-chave:**

Empreendedorismo empresarial, identificação de oportunidades, criação de negócio.

- **Objetivo de aprendizagem:**

Formar estudantes com conhecimentos, habilidades e atitudes empreendedoras capazes de transformar ideias em soluções inovadoras, trazer para a



turma exemplos de atitude empreendedora em situações do cotidiano. Debater o tema com a turma, que poderão gerar benefícios e prosperidade para si e para sociedade, de modo a decidir sobre o futuro profissional e da localidade em que está inserido. (1ª Bimestre-Semana 4)

- **Fontes de obtenção dos dados do caso:**

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

GONÇALVES, Maria A.; PEREIRA, João B. Processos e Indicadores de Performance em Oficinas Mecânicas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 78-92, abr./jun. 2022.

- **Relevância dos tópicos:**

Podem existir dúvidas quanto ao desenvolvimento do papel do empreendedorismo no ambiente escolar. Contudo, é necessário que exista uma análise quanto ao fato em que assim como observa Buczek (2019), todos os indivíduos possuem capacidade quanto a criação de ideias empreendedoras e a Educação se apresenta como sendo um ambiente que pode potencializar essa capacidade. Tal contexto conduz a chamada Pedagogia Empreendedora e sobre esse elemento que pode ser aplicado tanto no contexto público, quanto no contexto particular, não deixa de ser observado o fato em que:

A Pedagogia Empreendedora não cria a necessidade de especialistas para a sua inserção no sistema regular de ensino. Ao contrário: é disseminada por meio da preparação de docentes que já participam da rede formal implantada. Assim, o agente da Pedagogia Empreendedora é o professor (DOLABELA, 2017, p. 103).

Esse ponto ao qual é apresentado por Dolabela (2017) aponta para uma direção em que, as preocupações que são voltadas para o desenvolvimento de uma mente empreendedora se mostram como sendo elementos relevantes e que precisam ser conhecidos desde o momento em que os alunos ainda estão no ambiente escolar. Acerca desse tipo de situação ainda, Faria (2018) aponta que os indivíduos que tem maior sucesso quanto ao desenvolvimento dessa valência, são aqueles que conseguem melhores resultados em seus negócios. O empreendedorismo se mostra ainda mais relevante, quando é considerado o fato em que:

Os economistas percebem que o empreendedor é essencial ao processo de desenvolvimento econômico, e em seus modelos estão levando em conta os sistemas de valores da sociedade, em que são fundamentais os comportamentos individuais dos seus integrantes. (BAGGIO, 2014, p. 25).

Essa mudança de cultura e quebra de paradigmas proporcionaram melhorias dos indicadores de produtividade, eficiência, rentabilidade e índice satisfação do cliente. É necessário que exista uma busca não apenas quanto ao aperfeiçoamento nas estratégias que são realizadas nos negócios que são divididos pelos empreendedores. Ao se pensar sobre a aplicação desse elemento no espaço escolar, é necessário considerar, que: “Uma escola com práxis empreendedora forma cidadãos autônomos, capazes de exercer liderança, inovar, criar, desenvolver habilidades e



assumir responsabilidades”. (DA SILVA, 2017, p. 146).

Dentro dessa ideia ainda, não deixa de ser observado o fato em que assim como destaca Baggio (2014) a essência do empreendedorismo está voltada para a capacidade que os indivíduos possuem para aproveitar as eventuais oportunidades de negócios que vão surgindo nos mais diferentes contextos. A situação em tela se mostra como algo ao qual mostra a necessidade de que as instituições de ensino precisam estar prontas para poderem desempenhar o seu papel quanto ao desenvolvimento de mentes empreendedoras desde o espaço escolar, assim como é observado por Cruz (2018).

Essa ideia pode ser ampliada, quando é considerado o contexto em que Baggio (2014) não deixa de observar que os brasileiros são vistos como sendo potenciais empreendedores pela capacidade que possuem para criar soluções em meio as dificuldades, precisando apenas do estímulo e das condições para desenvolver o seu potencial.

- **Questões para discussão:**

- √ **De que maneira utilizar as ferramentas do empreendedorismo em uma oficina mecânica?**

O empreendedorismo pode ser aplicado de diversas maneiras em uma oficina mecânica para melhorar a eficiência operacional, a gestão financeira e o crescimento do negócio. Uma ferramenta do empreendedorismo que pode ser aplicada é o desenvolvimento de um plano de negócios sólido que é essencial para

qualquer empreendimento. Isso inclui definir metas, identificar o público-alvo, analisar a concorrência e estabelecer estratégias para marketing e crescimento (DORNELAS, 2017).

- √ **Por que criar um ambiente saudável para o cliente e para o funcionário?**

O atendimento personalizado para o cliente é de suma importância, pois promove a satisfação do cliente, fidelização, boca a boca positivo e a construção de uma reputação positiva para a oficina mecânica. Um atendimento personalizado demonstra cuidado e atenção às necessidades individuais do cliente. Isso cria uma experiência positiva, aumentando a satisfação do cliente em relação aos serviços prestados (GONÇALVES, 1999).

- √ **Por que criar um ambiente saudável para o cliente e para o funcionário?**

Criar um ambiente saudável tanto para os clientes quanto para os funcionários é fundamental para promover o bem-estar, a produtividade e o sucesso sustentável de uma oficina mecânica. Um ambiente saudável proporciona um espaço confortável e acolhedor para os clientes. Isso contribui para que eles se sintam bem-vindos e confiantes nos serviços prestados, o que reflete positivamente na satisfação do cliente (SILVA, 2017).

- **Comentários:**

O trabalho será realizado em conformidade com a realidade dos alunos, a fim de que esses possam encontrar soluções que



possam ser úteis para as demandas das suas comunidades.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, A. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.

BUCZEK, Y. O programa de jovens empreendedores primeiros passos e a disseminação da cultura empreendedora nas escolas. **Revista Eletrônica Arma da Crítica**, n. 11, mai./2019.

CRUZ, M. **Empreendedorismo na escola: uma análise crítica do curso “jovens empreendedores primeiros passos”**. Florianópolis: UFSC, 2018.

DA SILVA, M. Educação ambiental empreendedora na escola. **Revista de Pós-Graduação Multidisciplinar**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 139-148, mar./jun. 2017.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**. 2. Ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2017.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.

GONÇALVES, Maria Cristina de Almeida; ESPERIDIÃO, Leila. Atendimento Personalizado: Fator Estratégico para a Satisfação do Cliente. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 18-28, 1999.

SILVA, Luís S. S.; MELO, Glauco H. S. de. O Impacto do Ambiente Físico na Satisfação e Lealdade dos Clientes em Restaurantes. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 16, n. 4, p. 533-549, 2017.