

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR EDSON GALVÃO
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

JOÃO BATISTA FRANÇA FILHO

CENTRO AUTOMOTIVO

**SÃO MIGUEL ARCANJO/SP
2023**

JOÃO BATISTA FRANÇA FILHO

CENTRO AUTOMOTIVO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Administração do Centro Paula Souza Escola Técnica Estadual Prof. Edson Galvão, orientado pelo Prof. Antônio da Silva como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**São Miguel Arcanjo/SP
2023**

CENTRO AUTOMOTIVO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Administração do Centro Paula Souza Escola Técnica Estadual Prof. Edson Galvão, orientado pelo Prof. Antônio da Silva como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA

EXAMINADOR 1

EXAMINADOR 2

EXAMINADOR 3

São Miguel Arcanjo, 28 de junho

2023

Dedicatória

Dedico a minha esposa Claudia e para os meus filhos Guilherme e Henrique, pelo incentivo e ajuda durante esta caminhada.

Agradecimento

Agradeço primeiramente a Deus razão de tudo em nossa vida, onde se faz presente o tempo todo, nos dando força, saúde, sabedoria, discernimento, para seguirmos sempre em frente.

A todos os Professores que não mediram esforços, e se dispuseram a compartilhar conosco seus conhecimentos, sempre com muita dedicação.

Aos colegas de classe pelo companheirismo, incentivo e ajuda durante esta caminhada.

E finalmente ao nosso Professor e orientador Antônio da Silva, por nos guiar durante este trabalho, demonstrando empenho, dedicação e amizade.

“Você não pode mudar o vento, mas pode
ajustar as velas do barco para chegar aonde quer.”
(Confúcio)

RESUMO

Um centro automotivo é um estabelecimento que oferece serviços especializados para veículos automotores, sendo uma solução para a crescente demanda neste setor, oferecendo uma gama de serviços como manutenção preventiva, corretiva, preditiva, até reparos mais complexos, contribuindo também para o fortalecimento da economia gerando empregos, e colaborando com outras empresas.

A tecnologia se tornou uma grande aliada para os centros automotivos permitindo serviços mais precisos e eficientes.

Esses locais são fundamentais para garantir, a segurança e o bom funcionamento dos veículos, mantendo-os em condições seguras e confiáveis, prolongando sua vida útil.

Palavras-chave: Centro automotivo, veículos automotores, serviços, tecnologia

ABSTRACT

An automotive center is a facility that offers specialized services for automotive vehicles, providing a solution for the growing demand in this sector, offering a range of services from preventive, corrective, predictive maintenance to more complex repairs, also contributing to the strengthening of the economy by creating jobs and collaborating with other companies. Technology has become a great ally for automotive centers, allowing for more precise and efficient services. These locations are essential to ensure the safety and proper functioning of vehicles, keeping them in safe and reliable conditions, prolonging their lifespan.

Keywords: Automotive center, automotive vehicles, services, technology.

LISTA DE GRÁFICOS

Figura 1 - Qualidade do atendimento	22
Figura 2 - Qualidade de serviço	23
Figura 3 - Tabela preço	23
Figura 4 - Avaliação e experiência	24
Figura 5 - Avaliação Pós-venda	25

LISTA DE TABELAS

1- Serviços de manutenção.....	18
2- Serviços de reparação.....	18
3- Serviços de troca de peças.....	18
4- Serviços de alinhamento e balanceamento de rodas.....	18
5- Serviços de inspeção de segurança.....	18
6- Serviços de limpeza.....	18
7- Preços.....	18

SUMÁRIO

1. Introdução	12
1.1 Objetivos.....	14
1.2 Objetivos gerais.....	14
1.3 Objetivo específico	15
1.4 Justificativa	15
2. Referencial Teórico	17
2.1 Análise Swot.....	19
2.2 Sustentabilidade	20
3. Metodologia	20
4. Resultados	22
5. Discussão	26
6. Considerações Finais	28
7. Referências Bibliográficas	29
8. Anexos	30

1. Introdução

Primeiramente, nos últimos anos, houve um aumento significativo na produção de veículos automotores, com isso também, aumenta a procura de clientes em busca de serviços e peças de qualidade e confiabilidade, para a manutenção de seus veículos, pois com toda essa tecnologia embarcada precisa de profissionais capacitados.

A figura do mecânico todo sujo de graxa, trabalhando em um ambiente escuro, sem as devidas condições, está com os dias contados, visto que ele precisa se qualificar, comprar equipamentos que atendam suas necessidades para fazer diagnósticos mais precisos e solucionar os possíveis problemas que irão aparecer.

Observando esse setor que está crescendo muito, vimos a necessidade de mudança da antiga oficina mecânica para um centro automotivo, onde poderemos diversificar os serviços, pois sabemos que com toda essa sofisticação dos automóveis, seus proprietários se tornaram mais exigentes.

Para HG Centro Automotivo, um bom plano de negócio, é tão importante, quanto os serviços executados, pois só assim é possível visualizar de maneira clara e eficiente, que rumo tomar, para que se atinja os objetivos organizacionais e, para que seu negócio perdure para sempre.

Para alcançar o sucesso organizacional, é fundamental garantir que os produtos ou serviços oferecidos pela empresa despertem o interesse dos clientes (KOTLER e ARMSTRONG, 1998).

No ambiente empresarial, as empresas enfrentam uma concorrência constante, e aquelas que conseguem desenvolver uma vantagem competitiva têm maiores chances de prosperar. A vantagem competitiva pode ser alcançada de diferentes maneiras, como através da inovação, diferenciação de produtos ou serviços, liderança em custos, foco em nichos de mercado, entre outros.

No contexto atual de globalização e mudanças aceleradas, a preservação da vantagem competitiva é uma preocupação constante para as organizações (MAG, 2009). A disponibilização expandida de serviços é uma abordagem eficaz para se

diferenciar e criar valor adicional para os clientes. Ao oferecer serviços diferenciados, as empresas podem construir relacionamentos mais fortes e duradouros, fortalecendo a fidelidade do cliente. Além disso, os serviços oferecem oportunidades de inovação e adaptação às mudanças do mercado. A capacidade de fornecer serviços de qualidade e inovadores é fundamental para se manter competitivo em um ambiente de negócios em constante evolução.

Quanto menos distintos forem os produtos, maior será a necessidade de as empresas desenvolverem suas vantagens competitivas com base na disponibilização expandida de serviços (referência ROCHA e SILVA, 2006).

As organizações, a fim de obterem reconhecimento no mercado atual, necessitam de recursos que as destaquem das demais. Esse aspecto distintivo pode ser encontrado no suporte ao cliente, na disponibilização de serviços, na simplificação dos métodos de pagamento e até mesmo na aparência da empresa, como, por exemplo, a fachada, o interior, os uniformes dos colaboradores, bem como a oferta de outros serviços relacionados ao setor de atuação. Qualquer elemento que diferencie sua empresa, até mesmo um pequeno pormenor, pode ser a chave para o sucesso.

O setor de peças automotivas é bastante peculiar devido à presença de um conjunto restrito de fabricantes de autopeças, os quais dependem de muitos intermediários para levar seus produtos aos consumidores finais. Essas empresas varejistas possuem poucas oportunidades de diferenciar seus produtos em relação aos concorrentes, devido à necessidade de adequação desses produtos às características dos veículos produzidos em série e em grande escala pelas principais montadoras do mercado. A fim de manter ou expandir sua fatia de mercado, algumas empresas varejistas no ramo de autopeças estão optando por oferecer serviços complementares que possam influenciar positivamente a decisão de compra por parte dos clientes.

Neste estudo, será examinado como a disponibilidade de serviços, e a instalação de peças automotivas influencia a decisão de compra dos clientes. Mais especificamente, os objetivos deste estudo incluem a descrição do perfil dos clientes de peças automotivas, a análise das práticas relacionadas à publicidade e à definição de preços de serviços e peças, a avaliação do impacto dos serviços adicionais nos preços das peças instaladas, a análise dos atributos das peças e dos serviços oferecidos em termos de acessibilidade e segurança, e, por fim, a identificação dos

principais fatores que influenciam a decisão de compra desses serviços e peças automotivas junto aos clientes.

1.1 Objetivos

Os objetivos que nortearam este trabalho estão constituídos por objetivo geral e objetivo específico.

1.2 Objetivos gerais

Um veículo precisa de cuidados básicos, tais como manter os pneus calibrados, ser abastecido, pagar os impostos devidos e, manter as manutenções preventivas em dia conforme especificado pelo fabricante.

O HG Centro Automotivo, com o intuito de executar serviços de qualidade, em uma estrutura física bem elaborada, num ambiente limpo e organizado, com profissionais capacitados, com instalações apropriadas, como sanitários, sala de espera, oferta de água e café, para que os clientes tenham um ambiente confortável.

Trabalhar na legalidade, como alvará de funcionamento, ter vistoria do Corpo de Bombeiros, ter autonomia em todos os serviços oferecidos, esclarecer possíveis

dúvidas que os clientes possam ter, dar uma atenção especial ao público feminino, esses são alguns requisitos que o HG Centro Automotivo irá priorizar.

Outra preocupação primordial para o HG, é cumprir os requisitos sobre a questão do meio ambiente, como o descarte de materiais nocivos corretamente (óleo lubrificante, graxa, produtos de limpeza etc.), para assim, se tornar referência, esse é o nosso objetivo.

Neste contexto a manutenção destaca-se como peça fundamental, as empresas têm exigido equipamentos com eficácia e eficiência mais condizentes com as suas expectativas operacionais, sejam na precisão, velocidade, confiabilidade, disponibilidade, segurança e custo.

1.3 Objetivo específico

Vender um produto, ou serviço não é tarefa fácil, é um dos principais desafios que enfrentamos. Para fidelizar clientes o HG Centro Automotivo, vai focar num atendimento diferenciado, procurando também, proporcionar preços atrativos, para que o público se sinta atraído e retorne à loja.

Selecionar e capacitar profissionais, sempre que houver demanda de novos lançamentos de veículos, pois dessa forma eles poderão elevar a produtividade, ter mais confiança e segurança, melhorar seu conhecimento. A empresa sai ganhando por ter funcionários mais capacitados e, realizando os serviços em menor tempo.

Estabelecer metas, é um ponto importante para uma empresa, para que ela alcance o que se almeja. Sabemos que o objetivo das organizações é o crescimento, e com o HG Centro Automotivo, isso não será diferente, no entanto criaremos metas que possam ser atingidas, a curto, médio e longo prazo, tornando-se assim referência nesse segmento.

1.4 Justificativa

Para atender à crescente demanda no mercado automobilístico, identificamos a oportunidade de estabelecer um Centro Automotivo em São Miguel Arcanjo, onde possamos atender diariamente às necessidades dos proprietários de veículos.

Atrair a atenção do cliente é difícil, em um mundo globalizado, com muitas informações, várias mídias e uma rotina agitada. As organizações enfrentam desafios na busca por visibilidade. Por isso, é essencial que as empresas usem o marketing para definir suas estratégias promocionais. Este trabalho busca entender como gestores e clientes percebem o conceito promocional.

Esse empreendimento visa alcançar um maior número de clientes e oferecer serviços exclusivos, como limpeza do sistema de ar-condicionado, instalação de sistemas de som, aplicação de películas de proteção, troca de óleo, diagnóstico por scanner, entre outros. Nosso objetivo é manter a qualidade, confiabilidade e preços competitivos.

Há requisitos essenciais para a gestão de um Centro Automotivo, incluindo habilidade e conhecimento para lidar com os desafios diários. Foi assim que surgiu a ideia de empreender nessa área, aproveitando a experiência que já possuímos.

Por fim um Centro Automotivo demonstra compromisso com a segurança e a manutenção responsável dos veículos, ao oferecer serviços de manutenção preventiva que garantem condições adequadas para o uso diário, evitando acidentes e prolongando a vida útil dos veículos. Sua criação se justifica pela satisfação, qualidade, transparência, desenvolvimento econômico e compromisso com a segurança, atendendo às demandas dos proprietários de veículos e garantindo para o crescimento e bem-estar da região.

Missão

Prover serviços automotivos de alta qualidade, motivados e convenientes, buscando atender às necessidades dos proprietários de veículos, garantindo sua satisfação e segurança.

Visão

Ser o principal centro automotivo da região, com excelência em serviços e atendimento ao cliente, ter referência no setor, garantir a satisfação dos clientes e promover a expansão de serviços e parcerias estratégicas.

Valores

Excelência: Oferecer serviços de alta qualidade

Confiabilidade: Priorizar a confiabilidade nos serviços prestados

Transparência: Fornecer informações claras sobre os serviços prestados

Honestidade: Manter uma conduta ética, e justa no relacionamento com os clientes

Responsabilidade Ambiental: Preocupar-se com a preservação do meio ambiente, adotando práticas sustentáveis.

2. Referencial Teórico

Um centro automotivo é uma instalação especializada que oferece serviços de manutenção, reparo e diagnóstico de veículos automotores. Esses centros desempenham um papel fundamental na manutenção e funcionamento adequado dos veículos, garantindo a segurança dos motoristas e prolongando a vida útil dos automóveis.

O centro automotivo abrange uma variedade de áreas e conhecimentos, incluindo:

Mecânica Automotiva: Compreensão aprofundada dos sistemas automotivos, como o motor, transmissão, freios, suspensão e direção. Isso inclui conhecimento sobre o funcionamento, diagnóstico de problemas e reparo desses sistemas.

Eletrônica Automotiva: Conhecimento dos sistemas eletrônicos presentes nos veículos modernos, como sistemas de ignição eletrônica, injeção eletrônica de combustível, controle de tração e estabilidade, sistemas de navegação e entretenimento, entre outros. Isso envolve a capacidade de diagnosticar e reparar falhas eletrônicas.

Diagnóstico de Veículos: Habilidades para identificar problemas mecânicos e eletrônicos por meio de técnicas de diagnóstico adequadas, utilizando equipamentos como scanners automotivos, multímetros e osciloscópios. Isso requer conhecimento dos códigos de falha, leitura de dados do veículo e interpretação de sinais elétricos.

Manutenção Preventiva: Compreensão da importância da manutenção preventiva e a capacidade de executar serviços regulares, como troca de óleo, substituição de filtros, verificação de fluidos, alinhamento e balanceamento de rodas, entre outros. Isso ajuda a evitar problemas futuros e a manter o veículo em bom estado de funcionamento.

Normas e Regulamentações: Conhecimento das normas e regulamentações aplicáveis à indústria automotiva, como padrões de segurança, normas ambientais e regulamentos governamentais relacionados à emissão de poluentes. Isso é fundamental para garantir que o centro automotivo opere em conformidade com as leis e regulamentos.

Atendimento ao Cliente: Habilidades de comunicação e atendimento ao cliente são essenciais em um centro automotivo. Isso envolve a capacidade de ouvir e entender as preocupações dos clientes, fornecer explicações claras sobre os serviços necessários e fornecer um serviço de alta qualidade e confiável.

Gerenciamento de Oficina: Compreensão dos princípios de gerenciamento de oficina, incluindo agendamento de serviços, gestão de estoque de peças, contratação e treinamento de pessoal, controle de custos e qualidade do trabalho. Um centro automotivo eficiente requer uma gestão eficaz para garantir a satisfação dos clientes e a lucratividade do negócio.

Esses são apenas alguns dos principais aspectos abordados no referencial teórico de um centro automotivo. É importante que os profissionais envolvidos nesse setor continuem atualizados com as últimas tecnologias e tendências da indústria automotiva para fornecer serviços de alta qualidade e atender às necessidades em constante evolução.

Serviços de manutenção	troca de óleo, verificação de fluídos, troca de filtro de ar, limpeza de bicos injetores etc.
Serviços de reparação	reparos de motor, freios, suspensão, embreagem, transmissão etc.
Serviços de troca de peças	bateria, filtro de combustível, escapamento etc.
Serviços de alinhamento e balanceamento de rodas	ajudam a manter a estabilidade do veículo e a prolongar a vida útil dos pneus.
Serviços de inspeção de segurança	garantem que o veículo esteja em conformidade com as normas de segurança.
Serviços de limpeza	lavagem e polimento do veículo
Preços	correspondente aos serviços oferecidos

2.1 Análise Swot

Conhecida também como análise FOFA ou matriz FOFA, uma análise SWOT é amplamente utilizada no meio corporativo para a Gestão do Desempenho Empresarial. Seu objetivo é fornecer ferramentas simples e úteis para que uma organização compreenda o ambiente em que está inserido (ALBERT HUMPHREY, 1970) de forma a auxiliar a empresa a tomar decisões tributárias e estratégicas.

O ambiente competitivo é o principal elemento para a criação de estratégias, assim como para as ações e reações que uma organização pode executar, levando em consideração vários elementos. Nesse contexto, Tavares argumenta que os gestores precisam ter uma compreensão abrangente dos fatores do ambiente interno da organização, bem como do ambiente externo, que podem alterar o alinhamento estratégico. (TAVARES, 2010).

Segundo Teruchkin (2003), a análise SWOT, por meio de um levantamento das forças e das fraquezas da empresa, das oportunidades e das ameaças do ambiente externo, e da avaliação do grau de compatibilidade entre eles, busca verificar a competitividade da empresa.

Para obter resultados eficientes, o HG Centro Automotivo buscou através da análise SWOT, identificar os **Pontos Fortes**(conhecimento técnico, prédio próprio, clientes, maquinários), **Pontos Fracos**(falta de capacitação, deixar de inovar, problemas no atendimento aos clientes), **Oportunidade**(investimento em novas tecnologias, foco em sustentabilidade), e as **Ameaças**(novas concorrências, instabilidade econômica, mudança no comportamento dos clientes), da empresa, permitindo a formulação de estratégias e tomada de decisões fundamentadas, visando alcançar os objetivos de forma eficaz.

2.2 Sustentabilidade

Felizmente, a sustentabilidade não é uma tendência temporária - isso já está claro para todos. Ela é um elemento competitivo no mercado. E, se é algo permanente, como podemos ajustar nossos processos de produção em prol do meio ambiente? As empresas estão prontas para lidar com esse desafio? Como podemos incentivar os empreendedores a considerar medidas para o uso responsável dos recursos do planeta?

As medidas adotadas pelas empresas para mitigar os impactos ambientais surgem como resultado das pressões exercidas pela sociedade, consumidores, governo e outras organizações (Bertolini et al., 2012).

Um dos desafios da indústria é buscar soluções para reduzir os impactos dos gases emitidos pelos veículos automotores (SEBRAE, 2019).

Aprimorar a reputação da organização, estabelecer diferenciação em relação aos concorrentes, enfrentar uma concorrência intensa e atender às mudanças nas preferências de compra dos consumidores são algumas razões de mercado que levam as empresas a adotar medidas e iniciativas relacionadas ao meio ambiente (Bertolini et al., 2012). Dependendo do setor de atuação, investir em práticas sustentáveis é considerado um posicionamento estratégico para a empresa (Orsato, 2002).

O compromisso com a sustentabilidade é uma prioridade para o HG Centro Automotivo, buscando constantemente implementar práticas e tecnologias ambientalmente responsáveis em suas operações, promovendo assim a redução de impactos ambientais e contribuindo para um futuro mais sustentável.

3. Metodologia

Neste estudo em específico, foi inicialmente necessário realizar uma pesquisa bibliográfica com o objetivo de obter embasamento teórico sobre o tema. Foram utilizadas fontes bibliográficas como trabalhos científicos, artigos, revistas,

dissertações de mestrado, livros, fontes disponíveis na internet, e outros documentos que englobam os principais tópicos que foram abordados neste trabalho.

Além da pesquisa bibliográfica, este estudo também adotou uma abordagem qualitativa por meio de um estudo de caso. Sobre essa metodologia, Yin (2005, p.32) descreve que "o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro do contexto da vida real".

O método qualitativo é utilizado para compreender por que um grupo de pessoas escolhem determinada marca, empresa ou um produto, e os dados obtidos não são contabilizados em números.

Na compreensão de Milan e Trez (2005), explorar a satisfação dos clientes fornece para a empresa um conhecimento aprofundado das expectativas dos clientes, o que influencia nas decisões estratégicas e operacionais da organização

O HG Centro Automotivo procura consertar de 3 a 5 carros/dia, mas vai depender da complexidade de cada serviço, pois alguns serviços apesar de parecerem fáceis acabam sendo mais complexos.

Higienização de ar-condicionado, troca de óleo, scanner são serviços fáceis de serem executados.

Mas no dia a dia acontecem também os imprevistos, serviços fáceis se tornam difíceis. Outra situação que normalmente acontece é a falta de determinadas peças para reposição, que muitas vezes demoram para ser encontradas, principalmente em carros mais antigos, com fabricação por volta do ano 2000.

Sucesso é o que toda empresa almeja, e com o HG Centro Automotivo, não é diferente, nossa meta é atender maior número de clientes, pois quanto mais serviços maior o lucro. Mas tudo isso prezando por qualidade, confiabilidade, transparência, satisfação e, principalmente segurança na execução dos serviços.

Por isso a importância dessa metodologia para entender e compreender o nosso cliente ao ponto, de saber qual seu problema e procurar solucioná-lo.

Para obter a perspectiva dos clientes sobre a qualidade do atendimento, qualidade dos serviços oferecidos, e o pós-venda, foi desenvolvido um questionário online contendo 11 questões.

A ferramenta usada para elaborar essa pesquisa foi <https://docs.google.com/forms/d/>

Esse questionário foi distribuído aos clientes por meio de mensagens enviadas via WhatsApp.

4. Resultados

A pesquisa contou com a participação de 64 pessoas que responderam o formulário. As perguntas foram formuladas com opções de respostas como: bom, regular, ruim, sim, não, talvez, boa, satisfatória e ruim. Devido à natureza opcional das perguntas não sendo obrigatórias todas as respostas, nem todos os participantes responderam todas.

Cerca de 95% dos participantes avaliaram a qualidade do atendimento oferecido no Centro Automotivo como bom, 3% avaliaram como regular e um pouco mais de 1,5% consideraram ruim.

1-Como você avalia a qualidade do atendimento prestado pelos funcionários do Centro Automotivo?

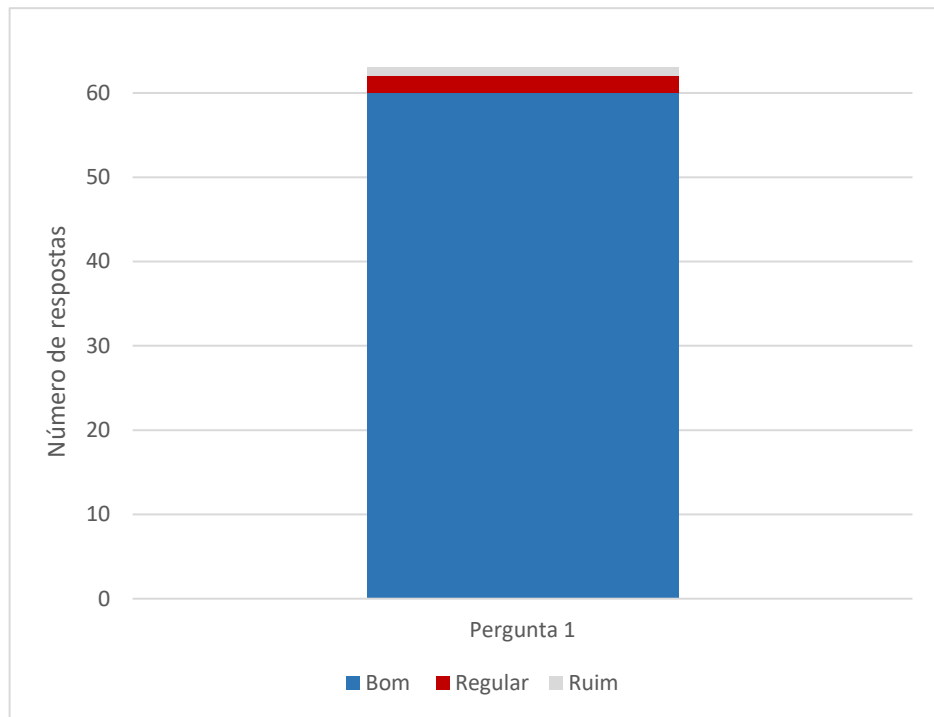


Figura 1 - Qualidade de atendimento

Nas respostas sobre a qualidade dos serviços prestados no centro automotivo, 90% avaliaram como bom, 7% avaliaram como regular e 3% como ruim.

2- Os funcionários do centro automotivo demonstraram conhecimento técnico e habilidade na execução dos serviços?

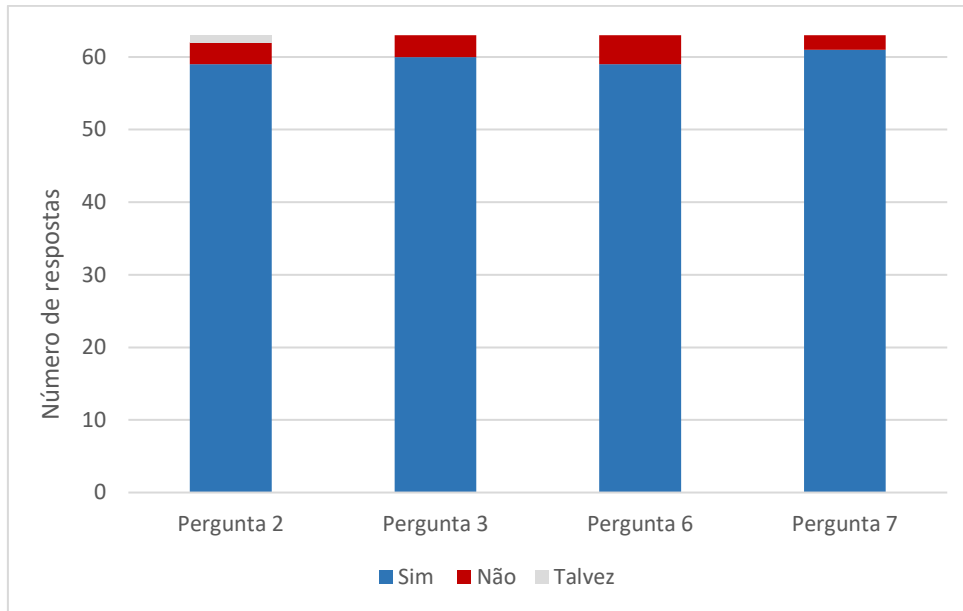


Figura 2- Qualidade de Serviço

A avaliação dos participantes quanto ao preço 94% disseram que sim, 3,5% não e 2,5% talvez.

3- Os preços cobrados pelo centro automotivo foram justos e condizentes com o mercado?

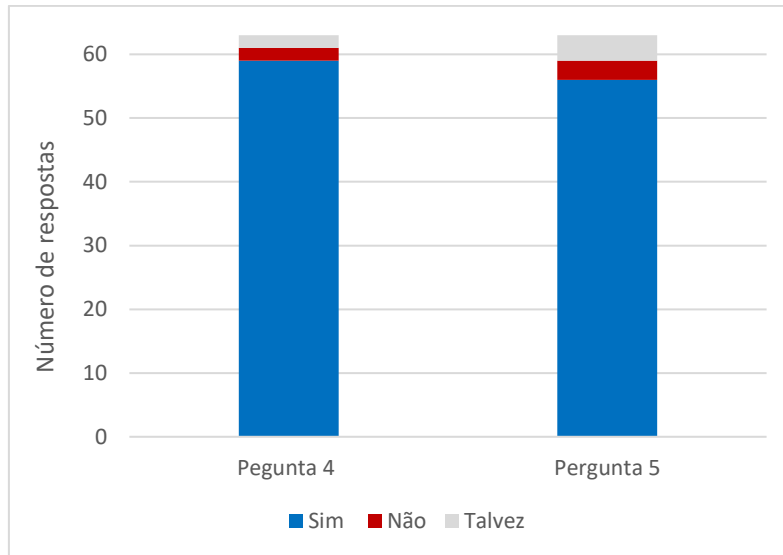


Figura 3- Preço

Quanto as respostas sobre a avaliação de experiência, 95% dos participantes responderam ter tido uma excelente experiência, 3% satisfatória e apenas 2% ruim.

4- Como você avalia, sua experiência para os serviços prestados num Centro Automotivo?

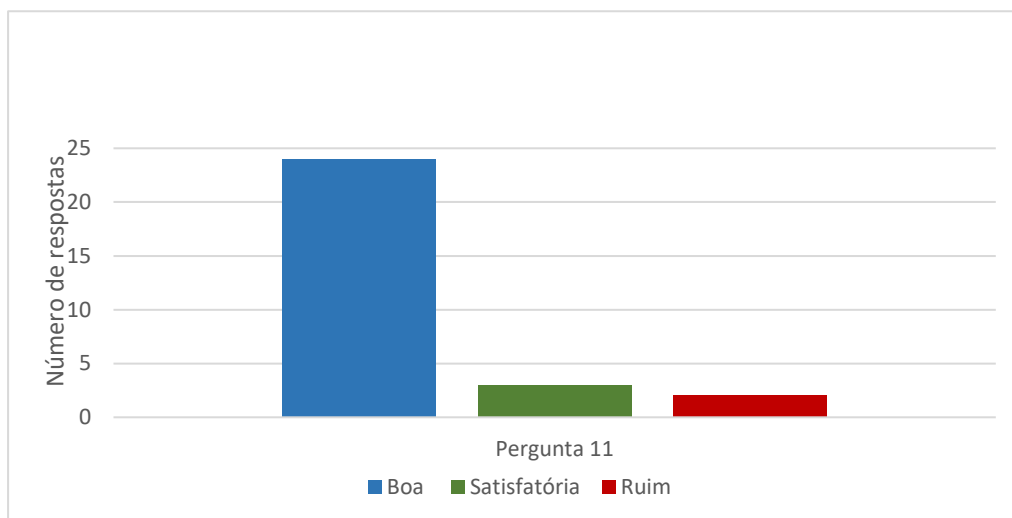


Figura 4 – Avaliação e experiência

Na pesquisa quanto Pós-vendas, tivemos 3 alternativas de respostas, ou seja, boa, satisfatória, ruim e sim / não. Onde 96% foram boas / satisfatória e somente 4% ruim / não, conforme gráfico abaixo.

5- Na sua opinião, para um relacionamento duradouro com os clientes em um Centro Automotivo, é importante o atendimento pós-venda?

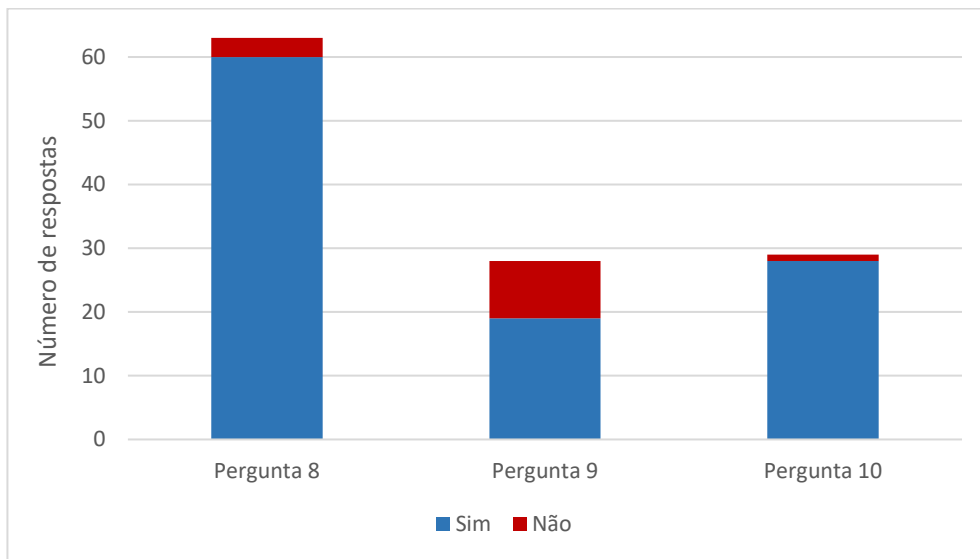


Figura 5 – Pós-vendas

5. Discussão

A discussão sobre o estudo feito sobre o centro automotivo, explorou diversos aspectos relevantes. A partir dos resultados obtidos na pesquisa, foram identificados e discutidos os principais pontos relacionados ao desempenho e às práticas do centro automotivo.

Em relação ao desempenho do centro automotivo, foi constatado que a empresa obteve um bom índice de satisfação dos clientes, com base nas avaliações e feedbacks coletados. Isso indica que os serviços prestados atenderam às expectativas dos clientes em termos de qualidade e eficiência. Além disso, a empresa foi reconhecida por sua capacidade de oferecer soluções rápidas e eficazes para os problemas dos veículos.

No que diz respeito às práticas adotadas pelo centro automotivo, observou-se que a empresa implementou medidas de sustentabilidade, como o correto descarte de resíduos e o uso de produtos ecológicos. Essas práticas alinharam-se com as demandas ecológicas da sociedade e contribuíram para melhorar a imagem da empresa.

Outro ponto discutido foi a importância do atendimento ao cliente. A empresa demonstrou ter uma abordagem voltada para a excelência no atendimento, garantindo a satisfação dos clientes e fortalecendo seu relacionamento com eles. Esse aspecto foi considerado um diferencial competitivo, pois clientes satisfeitos tendem a retornar e indicar o centro automotivo a outras pessoas.

Por fim, discutiu-se a importância da gestão eficiente dos recursos e processos internos do centro automotivo. Foi constatado que a empresa adotou práticas de gestão de qualidade, o que resultou em processos mais eficientes, redução de desperdícios e maior produtividade.

Essa discussão evidencia a importância do centro automotivo em atender às demandas dos clientes, adotar práticas sustentáveis, investir em estratégias de marketing e gerir eficientemente seus recursos internos. Esses aspectos contribuem para o sucesso e a competitividade da empresa no mercado automotivo.

6. Considerações Finais

Concluimos que o centro automotivo demonstrou um comprometimento notável com a satisfação dos clientes e a excelência nos serviços prestados, com o contínuo aprimoramento dos processos, o investimento na equipe e a atenção às demandas dos clientes. Ao longo da análise, foi evidente o esforço do HG Centro Automotivo em proporcionar um atendimento de qualidade, buscando sempre superar as expectativas dos clientes.

Além disso, o HG Centro Automotivo dispõe de uma infraestrutura adequada, com equipamentos modernos e bem conservados. Isso contribui para a realização dos serviços de forma precisa e segura, proporcionando confiança aos clientes.

Outro aspecto positivo é a preocupação com a transparência e o relacionamento com os clientes. Foi notável o esforço da equipe em fornecer informações claras e precisas sobre os serviços, bem como em manter uma comunicação aberta e receptiva, atendendo às dúvidas e solicitações dos clientes.

Em síntese, o HG Centro Automotivo demonstrou um comprometimento notável com a excelência, sustentabilidade e suporte pós-venda na prestação dos serviços, visando a satisfação e fidelização dos clientes.

A empresa possui todos os requisitos necessários para se destacar ainda mais no mercado e manter sua competitividade, confiança e reputação.

7. Referências Bibliográficas

BERTOLINI, G. R. F.; ROJO, C. A.; LEZANA, Á. G. R. Modelo de análise de investimentos para fabricação de produtos ecologicamente corretos. *Revista de Gestão & Produção*, São Carlos, v. 19, n. 3, 2012, pp. 575 - 588

HUMPHREY, A.; LIE, Birger. Análisis de matriz DOFA. Recuperado de: <https://www.academia.edu/download/45320229/AnalisisFODAyPEST.pdf>, 2004

KOTLER, P. e G. ARMSTRONG. *Princípios de Marketing*. 7ª edição. Rio de Janeiro. Acesso em: 10 abril, 2023.

Prentice Hall do Brasil, 1998.

MAG, Manoel. *Marketing: o senhor da guerra*. São Paulo: Autor, 2009

MILAN, Gabriel Sperandio; TREZ, Guilherme. Pesquisa de satisfação: um modelo para planos de saúde. **RAE eletrônica**, v. 4, 2005.

ORSATO, R. J. Posicionamento ambiental estratégico: identificando quando vale a pena investir no verde. *Revista Eletrônica de Administração – REAd*, v. 8, n. 6, 2002, pp. 1 – 29

Setor automotivo: como ter um negócio mais sustentável. SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/setor-automotivo-como-ser-mais-sustentavel,1df437b644134410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

TAVARES, Mauto Calixta. *Gestão Estratégica*. 3.ed. São Paulo, Editora Atlas, 2010.

TERUCHKIN, S. R. U. As estratégias empresariais para os vinhos finos no Brasil e no Uruguai: uma análise comparada. Porto Alegre: FEE (Fundação de Economia e Estatística), n. 7. Tese (Doutorado) - UFRGS, Escola de Administração, 2003.

YIN, ROBERT K. *Estudo de Caso - Planejamento e Métodos*. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, f. 145, 2005. 290 p.

8. Anexos



Imagem 1: Fachada do Centro Automotivo. Fonte: elaboração própria.



Imagem 2: setor peças. Fonte: elaboração própria.

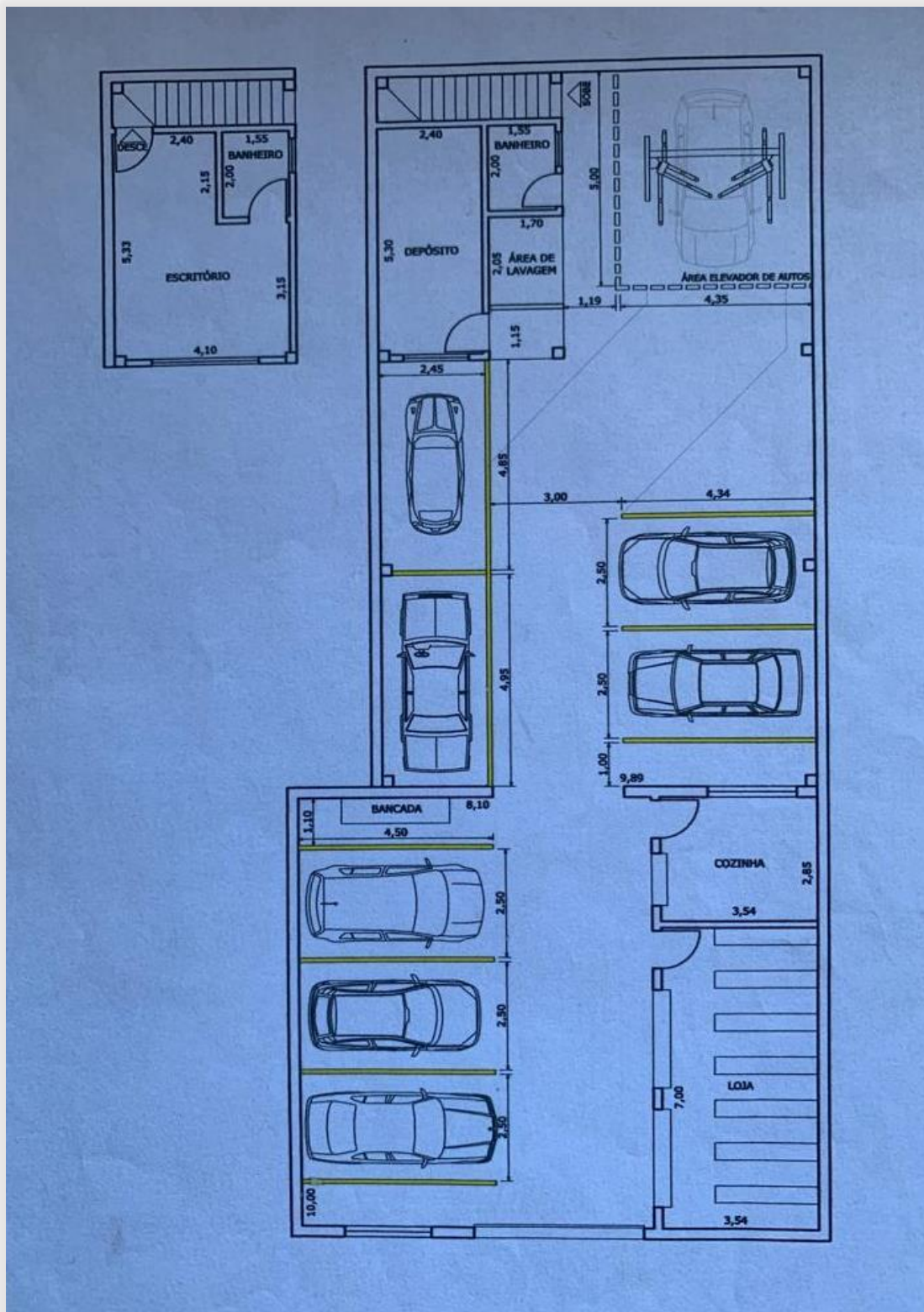


Imagem 3: Layout Centro Automotivo. Fonte elaboração própria