



Avaliação da Qualidade do Serviço em uma Oficina Mecânica Automotiva da Cidade de Muritiba-BA

Lucas de Souza Bacelar (UFRB)
lucasbacelar11@gmail.com

Meg Nadine Alves Dias dos Santos (UFRB)
megnadine1@gmail.com

Gilmar Emanuel Silva de Oliveira(UFRB)
gilmaremanuel@ufrb.edu.br

André de Mendonça Santos (UFRB)
andre.mendonca@ufrb.edu.br

Com a evolução da tecnologia e o aumento da idade média da frota de automóveis no Brasil, houve também o crescimento de oficinas mecânicas independentes, que diferente das oficinas autorizadas, não recebem selos de qualidade dos fabricantes. A qualidade no serviço é fator de decisão no momento de consumir ou não determinado serviço, assim o objetivo deste trabalho foi avaliar a qualidade do serviço realizado em uma oficina mecânica independente da cidade de Muritiba-BA, por meio de uma pesquisa qualitativa aplicada exploratória, com a utilização do Service Blueprint, ServiceScape, SERVQUAL, e Desdobramento da Função Qualidade. Como resultado da aplicação dessas ferramentas, foi possível inferir que a oficina mecânica de estudo deve investir na infraestrutura inserindo um local de espera, melhorando a sinalização e organizando o ambiente. Além disso, foi possível verificar pontos fortes do serviço ofertado. Assim, a aplicação das ferramentas permite concluir potenciais pontos de melhorias para o empreendimento visando aumento de qualidade no serviço para satisfação de clientes e consequentemente competitividade. Insira aqui o resumo do seu trabalho. É importante que o conteúdo não ultrapasse a primeira página.

Palavras-chave: Setor de serviços, Qualidade em serviço, Oficinas mecânicas.

1. Introdução

As pessoas, de modo geral, estão mais exigentes com a qualidade dos diversos serviços que lhes são oferecidos. O setor de serviços é tido como uma atividade que, em sua maioria, é realizada diretamente com a participação de clientes, interagindo com funcionários da linha de frente e/ou sistema de fornecimento de serviços, fato esse que dificulta a mensuração de qualidade.

Segundo Ministério da Infraestrutura, (2020) e o IBGE, (2020), o Brasil possui mais de 57 milhões de carros e cerca de 212 milhões de pessoas. Dessa forma, aproximadamente, a cada 4 brasileiros, 1 possui carro. O fato é que, para atender à demanda crescente de automóveis circulando em ruas e estradas brasileiras, é necessário um aumento proporcional de oficinas mecânicas.

Nos serviços desenvolvidos pelas redes de serviços autorizadas pela marca produtora, espera-se que a satisfação do cliente, através da diferença entre a percepção e expectativa do desempenho do serviço, seja alcançada de forma mais facilitada. Dessa forma, as oficinas mecânicas independentes necessitam ter uma maior atenção em relação aos serviços oferecidos aos clientes (REIS, 2011).

Observando o contexto indicado, o objetivo desse trabalho é avaliar a qualidade do serviço realizado em uma oficina mecânica para carros da cidade de Muritiba-BA, de acordo com o que os clientes priorizam e valorizam ao procurar seus serviços. A utilização de ferramentas e métodos para análise da qualidade do serviço pode fornecer subsídio para o prestador de serviços mecânicos na tomada de decisão sobre ações específicas que elevam a satisfação e diferencia dos concorrentes, principalmente das redes autorizadas existentes na cidade.

2. Revisão bibliográfica

2.1. Setor de automóveis no Brasil

No Brasil, de acordo com o Ministério da Economia (2020) e o BNDES (2018), o setor automotivo corresponde a cerca de 22% do PIB industrial e cerca de 5% do PIB brasileiro. Segundo a SINDIPEÇAS (2020), a frota de automóveis rodando no Brasil, atingiu uma idade média de 9 anos e 10 meses em 2019, configurando o sexto ano seguido de envelhecimento. Tal fato, é diretamente ligado a venda de automóveis novos, desse modo, se a venda de zero quilômetro cai, a idade média aumenta. Assim, com veículos cada vez mais velhos, são necessários cuidados mais regulares.

Todo o serviço fornecido dentro de uma oficina, além de todo cuidado com a segurança e bem-estar dos funcionários, faz com que seja necessária atenção à qualidade do serviço. Para isso, ferramentas como *Service Blueprint*, SERVQUAL, *Servicescape* e QFD podem auxiliar em um melhor fornecimento do serviço.

2.2. Service Blueprint

O *Service Blueprint* é uma técnica que descreve de forma visual todos os processos da prestação de um serviço (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2010). Segundo Bitner *et al* (2008) para que haja uma elaboração eficiente de um *Service Blueprint*, é necessário que aconteça o entrelaçamento das perspectivas internas, que correspondem aos funcionários e à administração, e externas, que são relacionadas aos clientes. Há 5 elementos que são evidenciados para a construção de um *Service Blueprint*. São eles: evidências físicas, ações dos clientes, ações dos funcionários da linha de frente, ações dos funcionários de retaguarda e processos de apoio.

Para contextualizar, um cliente, ao realizar uma compra em um aplicativo de celular, realiza as seguintes etapas: entra no aplicativo, escolhe o produto, realiza o pagamento e aguarda o produto adquirido chegar em sua casa. Todo esse processo é apenas a parte que o cliente tem contato e participação direta no serviço (FARIAS, 2019). Quando esse mesmo cliente tem alguma dúvida, reclamação, sugestão a respeito do produto, ele entra em contato com um funcionário da linha de frente, sendo esse o ponto de ligação conhecido como linha de interação (FARIAS, 2019).

Para que o produto chegue à casa do cliente, os funcionários da retaguarda, desempenham todos os processos internos necessários. Os processos de apoio seriam os profissionais de TI que cuidam para que o aplicativo se mantenha sempre *online* e atualizado (FARIAS, 2019).

Em seu trabalho, Bolzan (2018), utilizou o *Blueprint* para o mapeamento dos processos de serviços em uma empresa do ramo imobiliário. Foi observado que o principal processo, em que há uma maior interação do cliente, era a venda de imóveis. Ainda foi possível fornecer a organização alguns pontos de melhorias, como: a realização de eventos ou campanhas para angariar novos clientes, envio de e-mails para os clientes após uma compra, através do estímulo a críticas, sugestões ou reclamações, como forma de feedback.

2.3. SERVQUAL

SERVQUAL é uma ferramenta de pesquisa que mensura a qualidade do serviço baseado no conceito de falha da qualidade (MENEZES, 2016). Quando há uma falha do processo, a expectativa do cliente em relação ao serviço prestado fica comprometida. A diferença entre a

qualidade do serviço esperado e do realizado é uma medida da qualidade (ORREGO et al, 2010).

A pesquisa do SERVQUAL é realizada com base em 5 dimensões, sendo eles: confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e aspectos tangíveis (MENEZES, 2016). É composta por duas partes, a primeira com questões relativas à expectativa dos clientes em relação ao serviço prestado, considerando uma empresa ideal naquele segmento, e a segunda com questões relativas à percepção do cliente do serviço prestado. As questões utilizadas permeiam 5 dimensões (FREITAS, 2006).

Las Casas (2010) descreve as dimensões que os clientes observam na avaliação de uma prestação de serviço:

- Na confiabilidade, os clientes analisam a capacidade dos prestadores de serviços de gerar confiança;
- A responsividade, também chamada de presteza, é a capacidade de prestar serviços com prontidão;
- Já a segurança, corresponde a maneira na qual o serviço pode ser realizado de forma segura;
- Empatia refere-se à personalização do atendimento;
- Os aspectos tangíveis é a maneira como os clientes tendem a avaliar todas as evidências físicas no qual o serviço está inserido.

Dourado (2020), aplicando o SERVQUAL em um salão de beleza, constatou que as dimensões aspectos tangíveis, confiabilidade e tangibilidade devem ser levadas em consideração em relação as expectativas de qualidade dos clientes para que possa estabelecer um diferencial competitivo para a empresa.

2.4. *Servicescape*

O *Servicescape* baseia-se no conceito de que o ambiente físico em que o serviço é prestado influencia o comportamento das pessoas e a percepção de qualidade (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2010). Dessa forma, a ferramenta *Servicescape* serve para mapear os elementos físicos necessários para a execução do serviço, levando em consideração condições do ambiente como temperatura, qualidade do ar, barulho e cheiro. Como é o espaço, como os equipamentos estão distribuídos, leiaute, móveis, se são modernos ou não (NEVES, 2012).

Martins (2010) em seu estudo observando o impacto do *Servicescape* na qualidade em uma escola de idiomas, demonstrou que a dimensão dos tangíveis relacionados a higiene, como

limpeza e nível de ruído são muito importantes na decisão de escolha dos consumidores pelas escolas de idioma.

2.5. Desdobramento da função de qualidade (QFD)

O Desdobramento da Função Qualidade (QFD) foi desenvolvido no Japão para aplicação no processo de planejamento da qualidade no desenvolvimento de produtos por meio de matrizes (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2010). A sua estrutura também permite que seja utilizado para analisar os sistemas de prestação de serviço. O QFD tem como ponto de partida a construção de uma matriz nomeada de “Casa da Qualidade”.

Galvão et al. (2017), em uma empresa de pequeno porte do ramo varejista, pode constatar que a prioridade deve ser voltada na melhoria do treinamento dos funcionários, pois obteve a frequência de máxima pontuação na matriz das relações explicitada na pesquisa.

3. Metodologia

O estudo foi realizado em uma oficina mecânica independente, que será chamada de oficina X, localizada na cidade de Muritiba, no estado da Bahia, a 3 km da BR-101. O estabelecimento possui mais de 10 anos de experiência oferecendo serviços mecânicos automotivos em geral para carros populares. Atuam 5 funcionários, sendo 4 mecânicos e 1 no setor administrativo. Na cidade, existe 10 oficinas mecânicas, sendo 2 concorrentes diretos, que oferecem serviços semelhantes. Um dos concorrentes faz parte de uma rede de oficinas de assistência técnica autorizada.

A presente pesquisa se classifica quanto à abordagem qualitativa, de natureza aplicada e de forma exploratória. Qualitativa pois é considerado uma relação entre o mundo e o sujeito ao qual ele está inserido, além do que é traduzido em números, fazendo com que haja uma análise indutiva (ALVES-MAZZOTTI;GEWANDSZNAJDER, 1998). De acordo com Gil (2008), uma pesquisa de natureza aplicada tem como objetivo um estudo das sociedades em caráter local para desenvolvimento de aplicações práticas a problemas específicos.

Uma pesquisa é considerada de forma exploratória, quando há uma relação mais familiar com o problema a ser estudado. (SAMPIERI et al., 1991).

Para a realização da pesquisa, foram utilizadas 4 ferramentas, sendo elas: *Service Blueprint*, *Servicscape*, SERVQUAL, e (QFD). O desenvolvimento tanto do *Service Blueprint* quanto do *Servicscape*, foi realizado em consonância com o ambiente de estudo, dessa forma, as análises foram feitas durante as 2 visitas por semana ao estabelecimento no mês de estudo com perguntas aos colaboradores e percepções dos pesquisadores na oficina X.

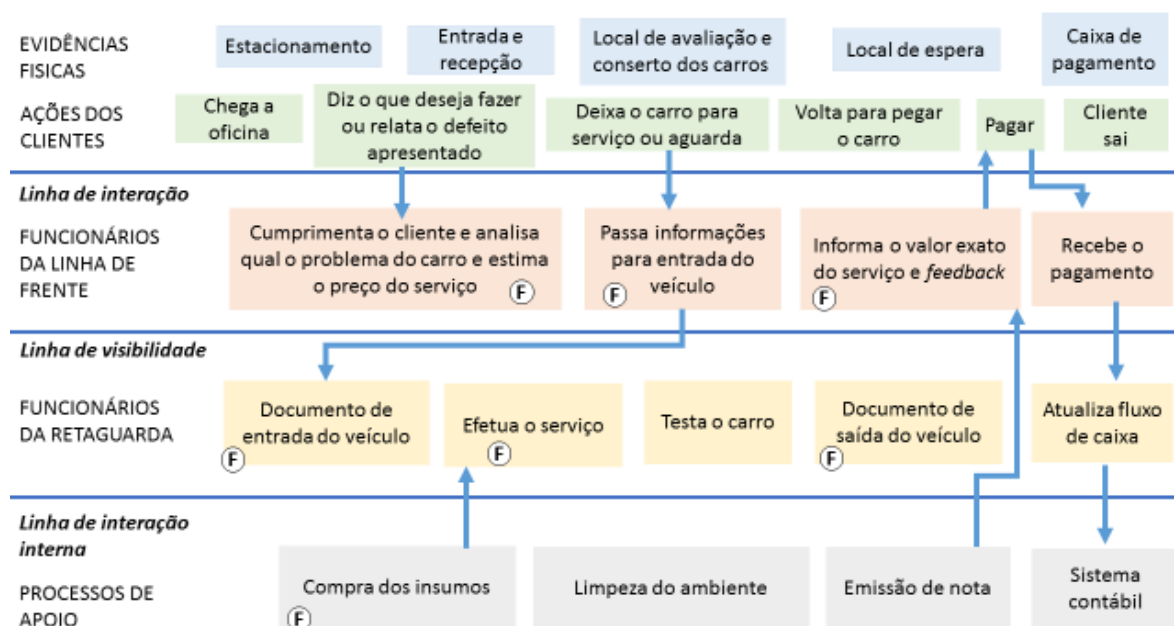
A fim de saber a opinião dos clientes em relação aos serviços oferecidos, foi realizada uma construção adaptada da escala SERVQUAL, resultando em um questionário com 16 afirmações dividido em duas partes, com escala *Likert* de 5 pontos, sendo 1 relacionado a “sem importância” e 5 “extremamente importante”, e uma questão subjetiva. A primeira parte do questionário, com 8 afirmações, serve para que seja estabelecida qual a expectativa do cliente, respondendo com base em uma empresa ideal. A segunda parte com o restante das 8 perguntas, relaciona às expectativas anteriores com as expectativas alcançadas com o serviço que foi realizado, investigando a percepção do cliente. A pergunta aberta no final do questionário, é direcionada para entender mais diretamente as necessidades dos consumidores ou sugerir algo a ser melhorado na oficina X. No Anexo A consta o formulário aplicado. Para a construção do QFD foram observados os requisitos do cliente, através dos dados obtidos no SERVQUAL.

4. Resultados

4.1. Service Blueprint

A Figura 1 apresenta o *Blueprint* da oficina X, estão evidenciados os passos do serviço, desde da entrada do cliente na oficina X até o ato de pagamento com as perspectivas internas e externas do serviço. As setas indicam atividades que estão diretamente ligadas à realização das respectivas ações.

Figura 1 - *Service Blueprint* Oficina Mecânica X



Fonte: Autor (2020)

Também é possível identificar os possíveis pontos de falha no serviço, identificados com a letra F. A seguir, estão descritas qual o problema pode ocorrer e como o mesmo pode ser solucionado.

- **Cumprimenta o cliente e analisa qual o problema do carro e estima o preço do serviço** – Estimativa não assertiva do valor real do serviço, ou não informar a possível alteração de valores e/ou necessidade de realizar mais serviços. A falha no *feedback* é relacionada a comunicação não efetiva, em linguagem que o cliente não entenda. Pode ser resolvido com uma comunicação clara, direta e rápida com o cliente, digitalizando e enviando o documento do serviço via WhatsApp® ou Telegram®.
- **Passa informações para entrada do veículo** – As informações podem ser cadastradas erradas ou até mesmo não ser dada a entrada no sistema, fazendo com que ocorra um atraso ou não ocorra o conserto do veículo. Isso pode ser otimizado, fazendo um cadastro no sistema de gestão com um prazo definido de finalização do serviço e fornecendo uma cópia ao cliente.
- **Documento de entrada do veículo e Documento de saída do veículo** – Não ter anotado todas as informações de entrada corretamente ocasiona em erro no documento de saída. Pode ser solucionado com a adesão de um Sistema de Gestão (ERP), no qual todos os processos seriam integrados e facilitaria a identificação de erros dificultando a não coleta de todas informações necessárias;
- **Compra dos insumos** – Falta de insumo necessário, atrasando assim, o conserto do automóvel. Para ser evitado é fundamental um controle de estoque mais rotineiro, que também pode ser auxiliado pelo uso do ERP, bem como a busca de fornecedores mais próximos a região;

4.2. SERVQUAL

Para análise do questionário SERVQUAL é necessário calcular as médias das expectativas (ME) e as média das percepções (MP) dos clientes, para assim conseguir observar o valor das variações, que chamamos GAP.

$$GAP = MP - ME$$

Quanto mais positivo o resultado do GAP significa que a percepção do cliente em relação ao serviço ofertado pela oficina X excede a expectativa. Se o GAP for igual a zero, a percepção atingiu a expectativa, e se for negativo, não atingiu a expectativa do cliente para aquele item avaliado. Dessa forma, os GAPs abaixo de zero são os que necessitam de ações para melhoria.

Foram coletados dados de 16 amostras em um período de 1 mês, de 27 de outubro de 2020 à 27 de novembro. O baixo número de amostras deve-se a alguns clientes da oficina X não se sentirem confortáveis em responder os questionários.

Na Tabela 1, são apresentadas as médias das expectativas e percepções dos clientes em relação a oficina mecânica X, e os GAPs por item avaliado. Como é possível observar no Anexo A, os itens de avaliação T1 e T2 correspondem a dimensão da tangibilidade, C1 da confiabilidade, E1 da empatia, P1, P2 e P3 da prestação, e S1 da segurança.

Tabela 1 - Média das expectativas, percepções e variações por item

ITEM DE AVALIAÇÃO	ME	MP	GAP
T1 - É fundamental que as oficinas sejam limpas e espaçosas.	4,25	4,06	-0,19
T2 - É fundamental que exista uma sala de espera nas oficinas.	3,63	2,38	-1,25
C1 - É fundamental que os funcionários sejam experientes e dominem as atividades.	4,63	4,25	-0,38
E1 - É esperado que os funcionários da oficina sejam gentis no atendimento.	4,44	4,25	-0,19
P1 - É fundamental que o serviço seja realizado de forma rápida.	3,25	4,00	0,75
P2 - É esperado que a oficina ligue para informar que o serviço ficou pronto.	4,38	4,44	0,06
P3 - Em horário comercial, é fundamental que a oficina responda imediatamente ao chamado do cliente.	3,56	4,25	0,69
S1 - É fundamental que os funcionários transmitam confiança.	4,94	4,44	-0,50

Fonte: Autor (2020)

A escala utilizada foi de 1 a 5, dessa forma percebe-se que a expectativa dos clientes em relação aos itens avaliados é em sua maioria elevada, sendo o S1, a dimensão da segurança, o item considerado mais importante para uma oficina mecânica, com aproximadamente média 5.

Em relação a percepção dos clientes observa-se também uma média de grau de satisfação 4, que corresponde a um serviço muito bom, exceto pelo item T2 que obteve um grau de satisfação 2, ou seja, regular.

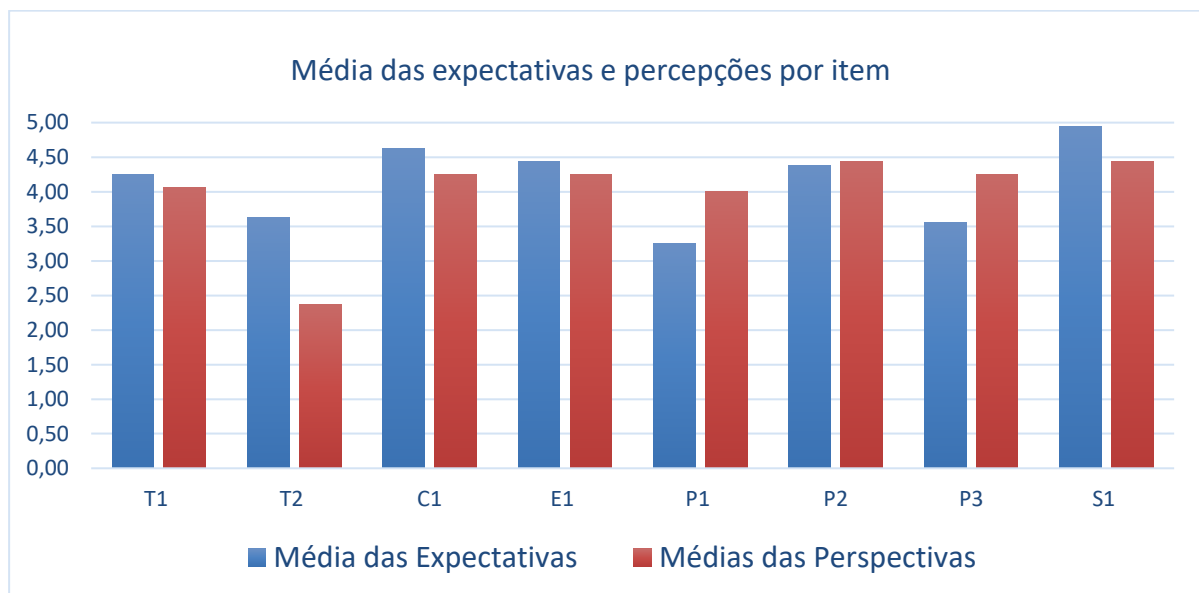
Os itens C1 e S1 terem GAPs abaixo de zero podem ser explicados pela presença de jovens aprendizes que auxiliam o trabalho, e estão na linha de visibilidade dos clientes. Para melhorar a perspectiva desses itens é possível colocá-los em trabalhos de retaguarda, onde não tenham contato direto, ou interação com os clientes.

Como as expectativas dos clientes são elevadas, os GAPs em sua maioria encontram-se abaixo de zero, significando que para esses itens, os desejos e expectativas dos clientes não são satisfeitos pela empresa.

Um item que provavelmente não necessita de investimento monetário é o item E1, da dimensão da empatia, que obteve um GAP de -0,19, e pode ser melhorado tratando os clientes com mais gentileza, observando o tom de voz e mantendo uma postura não agressiva. O item T1, da tangibilidade, que tem GAP de -0,19 também, pode ter valor do GAP reduzido simplesmente pela ação de retirar o acúmulo de peças que são sucata da frente da oficina X, por meio de mudança de local ou colando caixotes para armazenamento.

É possível observar no Gráfico 1 que os GAPs negativos são pequenos, na ordem de uma diferença máxima de 0,5, exceto para o item T2, onde é importante que a empresa primeiramente foque na melhoria do local de espera, já que foi o item de maior GAP.

Gráfico 1 - Média das expectativas e percepção dos clientes



Fonte: Autor (2020)

4.3. Servicescape

A oficina mecânica X é localizada em uma rua de fácil acesso, próximo a um colégio estadual, porém, não é uma rua de passagem constante de veículos. Chegando a oficina mecânica X, a primeira percepção visual é de que não está com obras finalizadas, com uma área de descarte de peças não mais usuais. A área construída é ampla, e com grandes portões que quando abertos, possibilitam grande circulação de ar e iluminação ambiente.

A Tabela 3 do *Servicescape* da oficina mecânica X, apresenta as características percebidas da oficina X, em relação as condições ambientais, que está ligada a tudo que afeta os cinco sentidos do corpo humano; ao espaço função, que trata da organização do ambiente, disposição de móveis e equipamentos; e sinalização, que é voltado para sinais visuais de comunicação.

Tabela 3 - *Servicescape* da oficina mecânica X.

CONDIÇÕES AMBIENTAIS	
Temperatura	Temperatura ambiente - portões e janelas abertas possibilitam boa circulação do ar
Odor	Óleo
Ruído	Ruído de motores, pessoas conversando sobre o serviço, ordens direcionadas aos funcionários.
Iluminação	Ambiente claro em dias ensolarados pela Iluminação natural proporcionada pelas amplas janelas de vidro e portões abertos. Lâmpadas fluorescentes distribuídas no teto, que são ligadas ao cair da tarde, quando a iluminação solar diminui, ou quando não se tem iluminação solar.
ESPAÇO FUNÇÃO	
Layout	Ambiente em formato retangular, composto de dois prédios. O primeiro prédio possui dois elevadores, e o segundo prédio possui um fosso. A disposição dos equipamentos possibilitam a circulação de pessoas.
Móveis	Existe um banco que cabem 3 pessoas em cada prédio. Que são dispostos de maneira que o cliente pode acompanhar o serviço sendo realizado.
Equipamentos	Dois elevadores dispostos um do lado do outro.
Estrutura	Arquitetura do ambiente em formato retangular, paredes pintadas em tinta verde óleo. Teto com telhas de eternite, mas com altura que não faz o ambiente ficar quente. Piso de cimento. Com algumas irregularidades no primeiro prédio, que é
SINALIZAÇÃO	
Placas	Não possui.
Avisos	Tem um Banner informando que a oficina possui o Rasther para diagnósticos. Também possui, fixado na parede que leva ao caixa, a informação de quais bandeiras de cartão de crédito são aceitas.
Certificados	Fica exposto os certificados de alvarás de funcionamento.
Artigos de decoração	Não possui.

Fonte: Autor (2020)

Os odores e sons são característicos de ambientes que ofertam serviços mecânicos. Em relação ao espaço função, é percebido que o *layout* desfavorece a segurança dos clientes, porquê o banheiro masculino e o caixa são localizados ao fundo da oficina X, para chegar até lá, os clientes necessitam atravessar a oficina X, que tem elevadores no caminho, e os funcionários desempenhando os serviços.

Também não existe sinalização de onde se localizam os banheiros, nem o caixa. Os clientes perguntam aos funcionários por onde devem ir. Mas a maioria são clientes antigos, que já sabem por onde transitar.

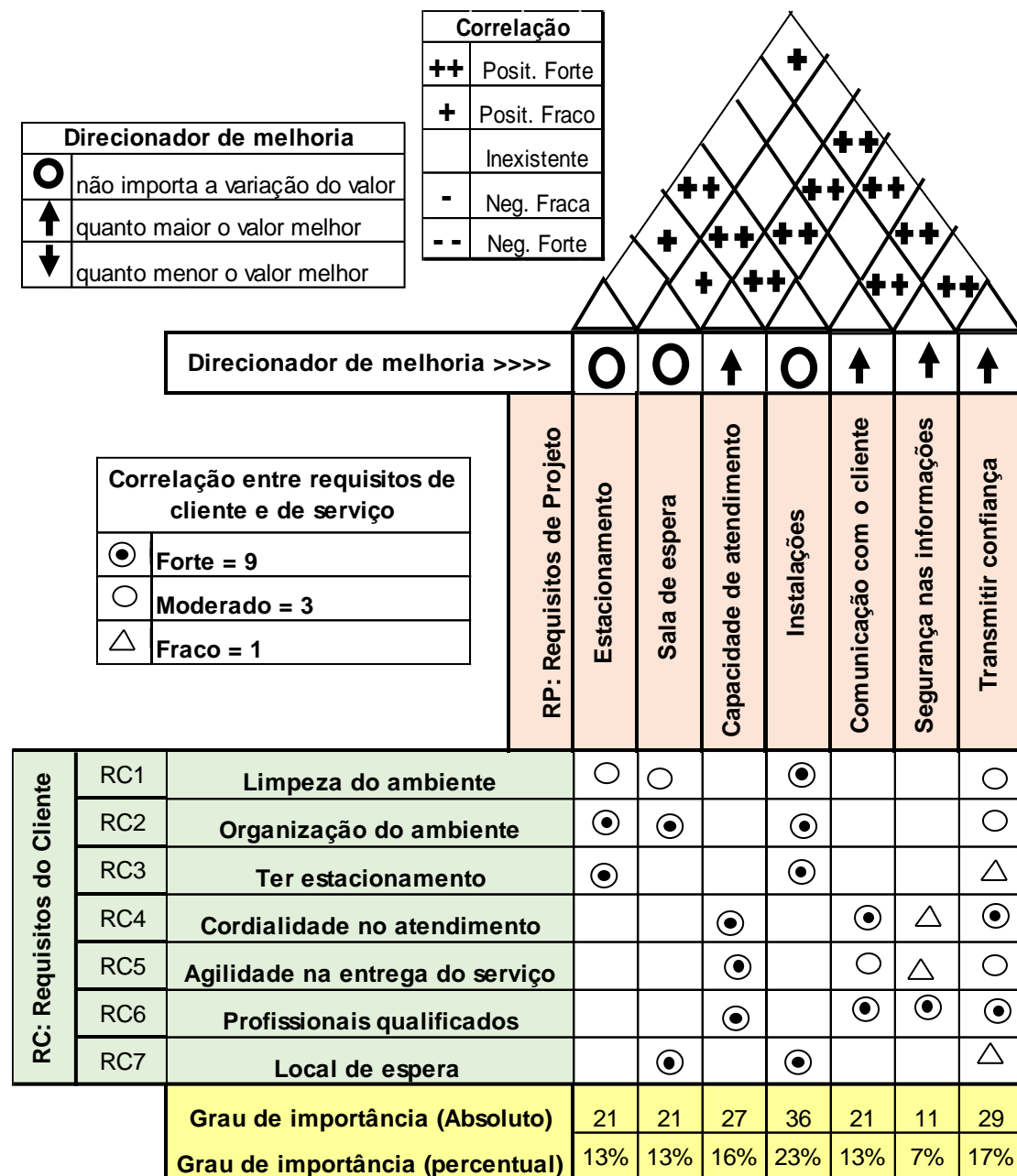
Como a alteração de *layout* para mudança do caixa e do banheiro pode vir a ser algo muito dispendioso para a oficina X, a inserção de sinalizações vertical, com placas e avisos, e

horizontal, com faixas e apoios, são essenciais para que possa assegurar o mínimo de segurança aos clientes que necessitam atravessar o local de conserto dos veículos.

4.4. Desdobramento da Função de Qualidade (QFD)

O QFD apresentado na Figura 2, mostra a relação entre a atributos do cliente e as características de projeto.

Figura 2 – Casa da qualidade da Oficina Mecânica X



Fonte: Autor (2020)

Dessa forma, é possível observar que devem ser priorizadas ações que abarquem melhorias nas instalações, visto que foi o item com maior grau de importância absoluto, atingindo pontuação

36. Nele é percebido uma grande interação nos quesitos que envolvem a limpeza e organização do ambiente, estacionamento e local de espera.

Observando a oficina mecânica X, soluções com nenhum ou pouco custo poderiam ser tomadas, através da utilização do 5S que é um programa de gestão de qualidade empresarial para o aperfeiçoamento aspectos como organização, limpeza e padronização. Atitudes poderiam ser realizadas como: ter um local indicado para colocar as ferramentas, fazer a limpeza regularmente de todo local, assim como reciclagem de peças sobressalentes e definição de locais mais adequados para o estacionamento que não sejam em poças de lamas e desenvolvimento de um local de espera adequado.

Dessa forma, com a realização de melhorias nas instalações, o quesito transmitir confiança é diretamente afetado, ele recebeu o segundo maior grau de importância absoluta, somando 29. Tem correlação forte com a cordialidade no atendimento e qualificação dos profissionais, e moderada com agilidade na entrega do serviço.

A capacidade de atendimento obteve a terceira maior pontuação absoluta, 27. Tem correlação forte três requisitos do cliente: cordialidade no atendimento, profissionais qualificados, e agilidade na entrega do serviço.

5. Considerações Finais

Em relação ao *Servicescape*, é percebido que o local não foge do padrão de oficinas mecânicas independentes do Recôncavo baiano, estilo galpão, sem sinalizações, climatização e salas de espera a parte para conforto do cliente. Associando o *Servicescape* com o SERVQUAL, percebe-se que a sala de espera é um ponto importante que deve ser levado em consideração para melhoria do serviço ofertado, placas sinalizadoras também aumentariam a percepção de organização.

Com o *Service Blueprint* foi possível perceber os potenciais pontos de falha do serviço e quais possíveis soluções para resolver. O estudo da matriz da qualidade feita através do QFD confirma todos os pontos citados pela análise das ferramentas *Service Blueprint*, SERVQUAL e *Servicescape*.

Apesar de limitações como o curto período de permanência na oficina X e não ter a oportunidade de participação feminina na população estudada, constata-se que o objetivo proposto pelo trabalho foi alcançado. O estudo não pode ser generalizado, mas contribui para que as oficinas mecânicas independentes verifiquem a importância de ouvir a percepção dos

clientes sobre a qualidade dos serviços que estão recebendo, bem como dos seus desejos e expectativas quanto ao que esperam receber da empresa.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, Alda; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. São Paulo: Pioneira, 1998.

ARTIFON, Renato, et al. **Orientação empreendedora e a capacidade de inovação de micro e pequenas empresas do setor de serviços**. Revista de Gestao e Projetos (GeP), 11(1), 74-93, 2020.

BITNER, Mary, et al. **Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation**. *California Management Review*, Berkeley, University of California, 2008.

BOLZAN, Franciane et al. **Utilização da ferramenta Service Blueprint para Mapeamento dos processos de Serviços em uma empresa do Ramo imobiliário**. XXXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Maceió, Alagoas, ano XXXVIII, p. 1-15, 16 out. 2018.

DAUDT, Gabriel; WILLCOX, Luiz. **Agendas setoriais para o desenvolvimento: Indústria Automotiva**. VISÃO 2035: Brasil, país desenvolvido, [s. l.], p. 183-208, 2018.

DOURADO, Lucas et al. **Avaliação da qualidade do serviço de um salão de beleza**. p. 1-15, 2020.

FARIAS, Lucas. **Blueprint como ferramenta para estruturação de um simulador empresarial**. Orientador: Augusto Santana Veras de Medeiros. 2019. 23 p. Relatório de Prática Profissional (Curso Técnico em Comércio) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio, Natal/RN, 2019.

FITZSIMMONS, James; FITZSIMMONS, Mona. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 6. Ed. Porto Alegre: bookman, 2010.

FREITAS, André Luiz, et al. **Emprego do SERVQUAL na avaliação da qualidade de serviços de tecnologia da informação: uma análise experimental**. XXVI ENEGEP, 2006.

Frota de Veículos – 2020. Ministério da Infraestrutura. [S.l.]. Disponível em: <<https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito/conteudo-denatran/frota-de-veiculos-2020>> Acesso em: 3 nov. 2020.

GALVÃO, Ayllan, et al. **Aplicação da matriz QFD em uma empresa de pequeno porte do ramo varejista**. XXXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Joinville, SC, ano XXXVII, p. 1-19, 10 out. 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** / Antônio Carlos Gil. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

LOREGIAN, Ana Maria. **Marketing de serviços: o atendimento e a qualidade dos serviços prestados como ferramenta estratégica para a competitividade das oficinas mecânicas para motocicletas da cidade de Pato Branco-PR.** 2011. 23 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2011.

MARTINS, Tomás; CRUZ, June; ROCHA, Daniela. **O Impacto do Servicescape na Qualidade Percebida para Cliente de uma Escola de Idiomas .** Revista eletrônica de ciências sociais aplicadas, Contemp., Campo Mourão, v. 5, n. 2, p. 134-156, jul./dez. 2010. ISSN: 1980-0193

MENEZES, Nayra et al. **Aplicação do Modelo SERVQUAL para Medir a Qualidade dos Serviços Prestados por uma Empresa de Locação de Máquinas.** XIII Congresso Nacional de Excelência em Gestão e III INOVARSE – Responsabilidade Social Aplicada, 29 out. 2018

NEVES, Sara. **A Influência do Servicescape nos Espectadores de um Serviço de Lazer: O Caso Estádio do Dragão.** 2012. 109f. Mestrado – Universidade do Porto, Porto. 2011.

OLIVEIRA, Emerson. **A Associação da Qualidade dos Serviços Prestados na Intenção de Reutilização da Oficina de Concessionárias Automotivas Autorizadas.** 2019. 47p. Dissertação (Mestre em Administração – Nível Profissionalizante.) - Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino, [S. l.], 2019.

ORREGO, Roxana, et al. **SERVQUAL Aplicado a Serviços Mecânicos em Veículos.** Sistemas, Cibernética e Informática, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 15-23, 2010.

População do Brasil. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [S. l.]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/box_popclock.php> Acesso em: 3 nov. 2020.

PULITA, Laurita et al. **Avaliação da qualidade dos serviços prestados em uma oficina de reparação automotiva por meio da escala SERVQUAL.** Revista da Unifebe, 1(16), 35-50. 2016.

RAMOS, Geraldo; CARDOSO, Álvaro. **O QFD como método de transformação dos requisitos dos clientes em características de qualidade dos serviços bancários.** XXXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Belo Horizonte, ano XXXI, p. 1-10, 4 out. 2011.

REIS, Murilo. **Avaliação de Serviços: uma Análise da Qualidade de Mecânica Automotiva utilizando-se o Instrumento Servqual.** 2011. 51f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

SAMPIERI, Roberto, et al. **Metodología de la investigación.** México: McGraw-Hill, 1991.

Setor Automotivo. Ministério Da Economia [S. l.]. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/setor-automotivo>> Acesso em: 12 nov. 2020.

ANEXO A

AVALIAÇÃO DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS

- Atribua à nota que mais se adequar a sua expectativa em relação a uma oficina mecânica qualquer.

Expectativa	(1) Sem importância	(2) Pouco importante	(3) Importante	(4) Muito Importante	(5) Extremamente Importante			
DIMENSÃO	ITEM DE AVALIAÇÃO			EXPECTATIVA				
Tangibilidade	T1 - É fundamental que as oficinas sejam limpas e espaçosas.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	T2 - É fundamental que exista uma sala de espera nas oficinas.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Confiabilidade	C1 - É fundamental que os funcionários sejam experientes e dominem as atividades.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Empatia	E1 - É esperado que os funcionários da oficina sejam gentis no atendimento.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Presteza	P1 - É fundamental que o serviço seja realizado de forma rápida.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	P2 - É esperado que a oficina ligue para informar que o serviço ficou pronto.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	P3 - Em horário comercial, é fundamental que a oficina responda imediatamente ao chamado do cliente.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Segurança	S1 - É fundamental que os funcionários transmitam confiança.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

- Atribua à nota que mais se adequar ao desempenho da **Oficina X** de acordo com o serviço prestado assinalando com o x.

Desempenho	(1) Ruim	(2) Regular	(3) Bom	(4) Muito Bom	(5) Excelente			
DIMENSÃO	ITEM DE AVALIAÇÃO			DESEMPENHO				
Tangibilidade	T1 - A oficina X é limpa e espaçosa.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	T2 - Local de espera da oficina X.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Confiabilidade	C1 - Os funcionários da oficina X são experientes e dominam as atividades realizadas.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Empatia	E1 - Os funcionários da oficina X são gentis no atendimento.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Presteza	P1 - O serviço foi realizado em tempo satisfatório.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	P2 - A oficina X informou quando o serviço ficou pronto.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	P3 - Em horário comercial a oficina X responde imediatamente aos chamados.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Segurança	S1 - Os funcionários da oficina X transmitem confiança.			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Quais melhorias você propõe a oficina X? _____