



PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DE CENTRO DE SERVIÇO EM REDE DE CONCESSIONÁRIAS DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS

Introdução

Este trabalho buscará entender quais são as deficiências e oportunidade de implementar estabelecimentos comerciais com produtos voltados para o ramo de manutenção de componentes agrícolas, na rede de concessionária STARA, e com base nos dados coletados será avaliado financeiramente a viabilidade ou não do negócio.

Nesse contexto tem-se como questão da pesquisa: Quais os benefícios da implantação de centros de serviços para diminuir o tempo de atendimento ao cliente na empresa Stara?

Objetivo Geral e Específicos

Objetivo geral:

Desenvolver uma proposta para implantar centros de serviços na rede de concessionárias da rede Stara para realizar as atividades de manutenção em transmissões hidrostáticas e em motores diesel.

Objetivos específicos:

1. Realizar uma pesquisa de mercado a fim de coletar informações sobre os atuais concorrentes e sobre as deficiências e oportunidades de atendimento ao cliente;
2. Pesquisar os produtos e serviços que podem ser oferecidos para obter maior lucratividade;
3. Levantar os custos, investimentos e o ponto de equilíbrio necessários para abertura do negócio;
4. Mensurar a Taxa Mínima de Atratividade (TMA), Taxa Interna de Retorno (TIR), o Valor Presente Líquido (VPL) e o Índice de Lucratividade do investimento (IL), Avaliar o tempo de recuperação do investimento (Payback);

Método do Trabalho

Foi realizado um estudo de caso na rede de concessionárias STARA, em que as seguintes etapas foram desenvolvidas:

Etapa 1) pesquisa de satisfação de mercado com base nos centros de serviços existentes no mercado;

Etapa 2) pesquisa de produtos e serviços oferecidos, e também de equipamentos necessários com base em lojas do mesmo ramo;

Etapa 3) levantamento dos custos de aquisição e investimentos necessários para abertura do negócio;

Etapa 4) determinação da Taxa Mínima de Atratividade (TMA), com base no mínimo que a empresa se propõe a ganhar com o retorno do investimento;

Etapa 5) determinação do valor presente líquido (VPL);

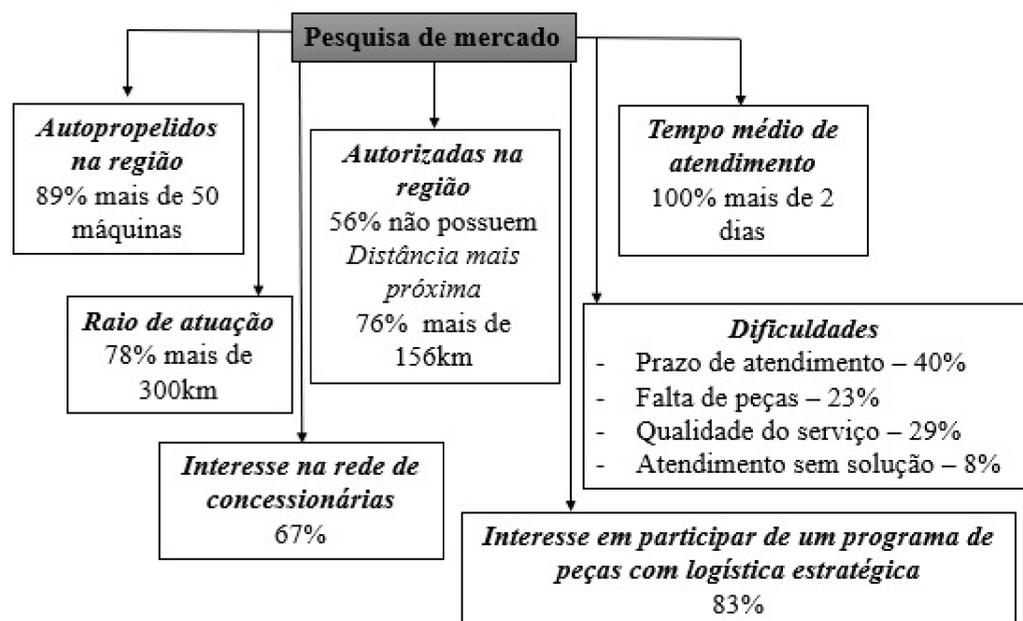
Etapa 6) determinação da taxa interna de retorno (TIR);

Etapa 7) determinação do índice de lucratividade (IL);

Análise e Discussão dos Resultados

Pesquisa de Mercado: Contou com respostas de 18 gestores de pós-vendas e os resultados são apresentados na figura 1.

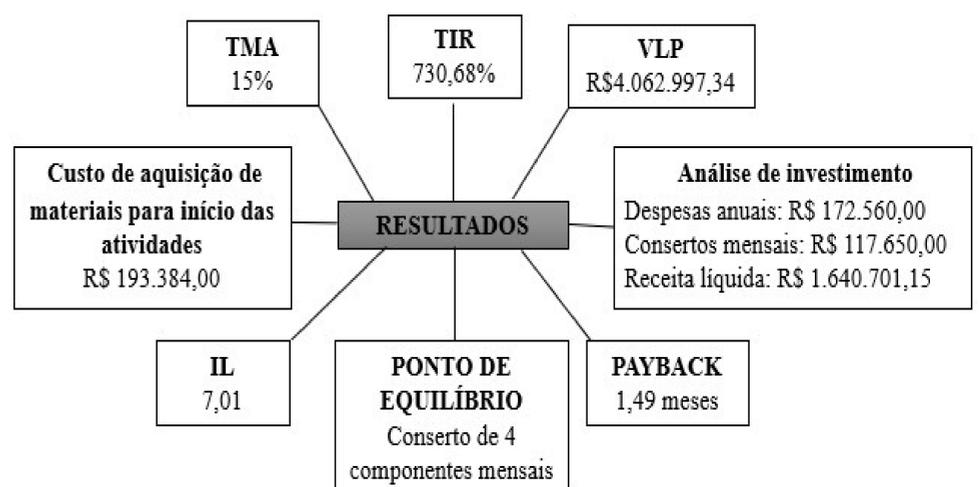
Figura 1 – Análise de Desempenho



Fonte: elaboração do autor (2020)

Os demais resultados são apresentados na figura 2:

Figura 2 – Principais resultados da análise de investimento



Fonte: elaboração do autor (2020)

Conclusão

Com o presente trabalho, será possível colocar em prática algo que está há muito tempo está em planejamento na empresa em questão, mas não foi desenvolvido até então. Ou seja, verificou-se que é viável a implantação de centro de serviço na rede de concessionárias Stara. Além disso, com o objetivo de levar para as concessionárias mais do que só uma nova oportunidade de negócio, o intuito do trabalho é também provocar a melhoria continua nos pontos de atendimento da Stara.