

## GESTÃO DO ESPAÇO INTERNO NO SETOR DE PÓS VENDAS DE UMA CONCESSIONÁRIA

Joao Antonio Gresele Muniz<sup>1</sup>, Sergio Begnini<sup>2</sup>, Daiane Pavan<sup>3</sup>, Inocencia Dal Bosco<sup>4</sup>

1. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapeco, SC
2. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC
3. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC
4. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC

**Autor correspondente:** Joao Antonio Gresele Muniz, joaogresele07@gmail.com

**Área:** Ciências Sociais

**Introdução:** O espaço interno de um setor de pós-venda de uma concessionária é o ambiente físico onde os clientes são atendidos, onde ocorrem serviços de manutenção e reparos e, ainda, vendas de acessórios. A gestão eficiente deste espaço é essencial para garantir a qualidade do atendimento e a satisfação dos clientes, bem como a eficiência dos processos e a redução de custos. **Objetivo:** Este trabalho tem como objetivo reorganizar o espaço interno, visando o aumento da sala de espera, da área da oficina e do estoque de peças para melhor atendimento dos clientes. **Método:** Trata-se de uma pesquisa qualitativa e aplicada. Primeiramente será realizado o diagnóstico, no qual, com perguntas abertas o pesquisador entrevista colaboradores que atuam no atendimento ao cliente, na oficina e no estoque de peças. Com a análise das respostas busca-se atingir o objetivo da pesquisa. **Resultados:** Os resultados mostram que é importante possuir um espaço organizado, confortável e agradável possibilitando boa experiência aos clientes. Os resultados indicam que a melhoria no layout possibilita maior eficiência dos processos, pois a maior parte dos clientes sente-se bem atendido. Ainda, os resultados indicam que com as melhorias nos espaços, os colaboradores sentem-se mais seguros evitando a ocorrência de possíveis acidentes. Por fim, os resultados evidenciam que a organização do estoque impacta na redução de custos e melhoria da produtividade. **Conclusão:** Ainda não foi realizada mensuração quantitativa de qual porcentagem de clientes aprova ou desaprova as mudanças. As análises foram qualitativas, onde os colaboradores ouviram da maior parte dos clientes a aprovação quanto as mudanças. Desta forma, mesmo que não quantificáveis, entende-se que este trabalho atingiu seu objetivo.

**Palavras-chave:** Espaço interno; Gestão eficiente; Reorganização do espaço.