

# Formação



N.º 4

GESTÃO OFICINAL BY CAR ACADEMY



## Gestão de recursos materiais

Em capítulos anteriores verificamos como o gestor deve lidar com a informação e os recursos humanos. Este mês falamos da variável que encerra o que podemos chamar “triângulo de fogo da gestão oficial”: os recursos materiais. Quem gere uma oficina de reparação automóvel conhece a necessidade de se munir da melhor informação (e formação), dos melhores recursos humanos, mas também das melhores ferramentas. E quando falamos de “ferramentas”, algo que nos surge de imediato são os largos milhares de euros que devemos desembolsar para preencher as nossas bancadas de trabalho. Mas nem só deste tipo de “ferramentas” é composta uma oficina automóvel.

Antes de se iniciar a escolha do equipamento oficial, é necessário definir um aspeto que terá o maior impacto na utilização quer de recursos físicos, quer de recursos humanos: o layout das instalações. A questão que se coloca é: qual o melhor layout para uma oficina? O conselho que costumo dar é que o gestor estude as cadeias de fast-fit espalhadas de norte a sul do país, e que retire as suas próprias conclusões quanto aos pontos comuns a todas elas. Percebida que está a importância do layout, devemos selecionar os equipamentos que permitirão aos técnicos obter a melhor produtividade possível. Elevadores adequados ao espaço, bancadas de trabalho com toda a ferramenta necessária acessível, iluminação adequada do posto, entre outros. É frequente visitar oficinas com elevado número de recursos materiais, mas cuja (des)organização é de tal ordem

que se perde mais tempo à procura de ferramentas do que propriamente a produzir horas. Um desafio que deixo aos responsáveis é que acompanhem os seus técnicos durante um dia, e que anotem todos os desperdícios de tempo resultantes de uma deficiente utilização dos recursos materiais. É um investimento que lhe custará um dia por cada técnico, mas que terá resultados a curto prazo.

As ferramentas informáticas assumem, hoje em dia, um papel fundamental na gestão e produtividade do negócio. O processo de reparação de um automóvel começa mesmo antes do cliente entrar pela porta da oficina: começa, muitas das vezes, através de contatos telefónicos, internet, e-mail, redes sociais, entre outros. Uma das necessidades das organizações passa por agregar todas estas leads, tentando converter uma grande percentagem em vendas efetivas. Este trabalho só consegue ser bem sucedido recorrendo a ferramentas de CRM (Customer Relationship Management), que permitem “rastrear” o contato com o cliente “X” desde o primeiro minuto. Já com o veículo nas instalações, é inevitável a utilização de software capaz de o seguir desde a receção até à entrega, permitindo registar todas as indicações do cliente, operações efetuadas pelos técnicos, material aplicado e registos para intervenções futuras.

Muito mais haveria a falar acerca da melhor rentabilização dos recursos materiais afetos às oficinas de reparação. Por isso, o mais importante é que o gestor imagine forma de rentabilizar cada chave de parafusos que compõe o seu imobilizado. ●