



AUTOR(ES): MATHEUS RIBEIRO DA SILVA, MARIA EDUARDA LEMOS DA CUNHA, GABRIELLY RIBEIRO LOPES, JÉSSICA PEREIRA DOS SANTOS, HENRY BROMMONSCHENKEN DIAS e DIEGO DOS SANTOS OLIVEIRA.

A INOVAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE SERVIÇO DE UM LAVA JATO DIANTE DO COVID-19.

RESUMO: O presente resumo destina-se a apresentar uma inovação na prestação de serviços adotados em um lava jato (nomeação para locais de lavagem rápida de veículos automotores) em meio ao auge da (Pandemia do Covid-19), considerando o ambiente como fator primordial para a mudança de estrutura, comportamento e busca por uma nova transição estratégica de serviço. Perante essa relação foi analisado o lava jato (Garagem Botelho) localizado em Icarai de Minas, Minas Gerais, com o intuito de atinar sobre qual foi a estratégia pensada e utilizada tendo como meta a adaptação ao momento da mais nova pandemia do Covid-19. O objetivo deste resumo é analisar qual estratégia adotada pela empresa Garagem Botelho diante da variável externa, o ambiente, influenciou massivamente para a geração de receita mesmo diante de uma pandemia. Para obtenção dos dados, aplicou-se a metodologia de pesquisa descritiva e qualitativa onde o recurso utilizado para obtenção de dados foi uma entrevista online através do WhatsApp (aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas), com o representante legal da empresa. O empresário entrevistado planejou o que deveria ser feito para a empresa estar apta as mudanças e desejos requisitados pelos clientes, e dessa maneira ele executou os avanços empresariais/organizacionais com a intenção de incrementar a sua estratégia de serviço, a “Oxi-sanitização automotiva”, que é um serviço efetivo de descontaminação e esterilização de automóveis, para o combate do Covid-19. Através desse serviço prestado, foi possível a empresa gerar receita e se estabelecer atuante no período pandêmico, realizando o serviço do lava-jato juntamente ao processo de higienização e sanitização por ozônio, este método de higienização garante o combate de micro-organismos presentes no ambiente e é nomeado como Oxi-sanitização. Essa inovação atendeu muito bem aos desejos dos clientes, onde a empresa também foi contratada para a sanitização de veículos hospitalares e até mesmo da estrutura hospitalar da cidade. Como resultado, foi possível observar que o empresário adaptou a sua empresa e aplicou de maneira prática aspectos que são abordados na Teoria Contingencial, com a intenção de solucionar um problema do ambiente externo que poderia afetar a sua empresa se ele não reagisse a determinada situação, a rápida mudança e adaptação manteve a empresa eficiente e com ótimos resultados.

Palavras chaves: Covid 19. Inovação. Mudança. Teoria contingencial.