

ETEC PROF CARMELINA BARBOSA

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

**FERNANDA APARECIDA DA SILVA FERREIRA BARROS
LUENY CARLA GOMES DOS SANTOS
MARIANA KARAM
MAYARA SEREIA SEGATELLI
RAYSSA APARECIDA BASSO
REGINALDO OLIVEIRA DE BARROS**

**DESENVOLVIMENTO DE OFICINA AUTOMOTIVA PARA
VEÍCULOS LEVES COM DIFERENCIAL E SEGURANÇA
VOLTADO AO PÚBLICO FEMININO NA CIDADE DE
DRACENA.**

**DESENVOLVIMENTO DE OFICINA AUTOMOTIVA PARA
VEÍCULOS LEVES COM DIFERENCIAL E SEGURANÇA
VOLTADO AO PÚBLICO FEMININO NA CIDADE DE
DRACENA.**

**FERNANDA APARECIDA DA SILVA FERREIRA BARROS
LUENY CARLA GOMES DOS SANTOS
MARIANA KARAM
MAYARA SEREIA SEGATELLI
RAYSSA APARECIDA BASSO
REGINALDO OLIVEIRA DE BARROS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado a escola técnica Carmelina Barbosa, com o objetivo de atender às necessidades do público feminino em oficinas mecânicas.

Orientador (a): Rodrigo Dantas de Assis

**Dracena - SP
2024**

Dedicatória

Primeiramente, dedicamos este trabalho a Deus, que é indispensável em nossas vidas, autor dos nossos destinos, nosso guia e refúgio. Aos nossos pais, que nos apoiaram desde o início e sempre nos incentivaram. E ao nosso futuro promissor na carreira acadêmica.

Agradecimentos

Queremos expressar nossa gratidão a Deus por ter nos acompanhado em cada etapa deste Trabalho de Conclusão de curso, nos dando coragem e paciência para enfrentar os desafios e perseverar na jornada acadêmica. Sua presença foi uma constante fonte de conforto e orientação. Gostaríamos de agradecer também ao nosso orientador que, com paciência e dedicação, acompanhou todo o processo de elaboração deste trabalho, fornecendo orientações valiosas e contribuindo para o desenvolvimento e não menos importante agradecer também aos professores que durante essa jornada contribuíram conosco seus conhecimentos.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso aborda a implantação de uma empresa comercial no ramo automotivo, com enfoque na prestação de serviços diferenciados para o público feminino, sem negligenciar o atendimento geral. A evolução do auto mecânica é discutida, desde suas origens simples até a necessidade atual de especialização e aprimoramento devido ao aumento da demanda e à presença crescente de mulheres no setor. A pesquisa de mercado revela uma demanda latente por oficinas mais inclusivas e acolhedoras, onde as mulheres valorizam a clareza nas explicações, a presença de espaços femininos e a contratação de mulheres como parte da equipe. Nesse contexto, o plano de negócio da Penélope Chamosa, uma oficina mecânica com foco especial no atendimento feminino, emerge como uma oportunidade promissora. Ao oferecer serviços especializados, um ambiente acolhedor e uma abordagem centrada no cliente, a Penélope Chamosa busca não apenas satisfazer as necessidades do público feminino, mas também atrair uma clientela diversificada e fiel. O compromisso da empresa em proporcionar uma experiência positiva e empoderadora é evidente, contando com uma equipe experiente, serviços de alta qualidade, educação em mecânica automotiva e um ambiente inclusivo. A criação da Penélope Chamosa visa não só atender às demandas específicas das mulheres no setor automotivo, mas também valorizar sua presença e combater estereótipos e preconceitos associados ao público feminino em oficinas mecânicas. A empresa busca oferecer um espaço onde as mulheres se sintam confortáveis e confiantes ao cuidar de seus veículos, contribuindo para a igualdade de direitos e promovendo um ambiente mais inclusivo e respeitoso neste importante setor da economia. Em um mercado em constante evolução, a Penélope Chamosa se posiciona como uma iniciativa inovadora e empreendedora, capaz de prosperar ao satisfazer as necessidades de um público cada vez mais diversificado e exigente, ao mesmo tempo em que contribui para a desconstrução de padrões de gênero e para a promoção da igualdade de oportunidades no setor automotivo.

Palavras chaves: Oficina, Feminino, Qualidade, Serviços e Evolução.

LISTAS DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1: Gráfico referente a pesquisa de campo | 24 |
|--|----|

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|----|
| Tabela 1: Referente ao Capital Social..... | 22 |
|--|----|

Sumário

| | |
|--|------|
| Dedicatória..... | V |
| Agradecimentos..... | VI |
| Resumo | VII |
| Lista de Gráficos..... | VIII |
| Lista de Tabelas | IX |
| Sumário | X |
| | |
| 1.Introdução..... | 11 |
| 2. Prestação de Serviço em Auto Mecânica | 12 |
| 2.1 Histórico | 12 |
| 2.2 Atendimento Feminino | 14 |
| 2.2.1 Case: Empresa Atuante no Atendimento ao Público Feminino | 14 |
| 3. A Prestação do Serviço Voltado ao Público Feminino | 15 |
| 3.1 Existe Prestação de Serviços Voltado ao Público Femino?..... | 16 |
| 3.2 Como Deveriam ser Prestados? | 16 |
| 3.3 Principais Características Desta Prestação de Serviço | 17 |
| 3.4 Manutenção Preventiva | 18 |
| 4. Plano de Negócio | 19 |
| 4.1 Descrição Geral do Negócio | 19 |
| 4.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições | 20 |
| 4.3 Dados do Estabelecimento | 20 |
| 4.4 Missão | 21 |
| 4.5 Setor de Atividade | 21 |
| 4.5.1 Benefícios dos Serviços | 21 |
| 4.6 Forma Jurídica | 21 |
| 4.7 Enquadramento Tributário | 21 |
| 4.8 Capital Social | 22 |
| 4.8.1 Fonte de Recursos | 22 |
| 4.9 Análises de Mercado | 23 |
| 5. Pesquisa de Campo | 23 |
| 6. Conclusão | 25 |
| 7 .Referências | 26 |
| 8. Anexos..... | 27 |

1. INTRODUÇÃO

Versa, o presente trabalho de conclusão de curso, sobre a implantação de uma empresa comercial, prestadora de serviços no ramo automotivo, porém com diferenciações importantes para um determinado tipo de consumidor, qual seja o público feminino, não dispensando obviamente o atendimento de uma forma geral. A prestação de serviços de auto mecânica passou por uma evolução significativa ao longo dos anos, desde o período inicial dos automóveis até os dias atuais. Inicialmente simples, as oficinas eram frequentemente administradas por ferreiros e artesãos com conhecimentos diversos. No entanto, com a introdução de carros importados no Brasil e o aumento da demanda, houve uma necessidade de especialização e aprimoramento nos serviços oferecidos. A presença crescente de mulheres no setor automobilístico gerou uma nova oportunidade de mercado, com oficinas como a Oficina Amiga da Mulher, liderada por Bárbara Brier em Minas Gerais, provando que uma abordagem focada no público feminino pode ser bem-sucedida. Portanto, um dos objetivos básicos é sem sombras de dúvidas atender o público feminino, motivo de atenções especiais dadas as peculiaridades específicas, valorizando a mulher não somente com um pronto atendimento para sanar problemas em seu veículo, como também proporcionando um ambiente saudável enquanto, muitas mulheres, se assim preferirem, aguardam em espaço especial. Assim, justifica-se a existência do empreendimento, visando, além de tudo, valorizar a presença feminina em oficinas e serviços automotivos – antes frequentados tão somente pelo público masculino causando constrangimentos até mesmo com comportamentos deselegantes para com este importante setor e clientela específica, qual sejam as mulheres. Em época de luta pela igualdade de direitos, direito delas é serem atendidas com acolhimento, respeito e a eficiência que todas merecem. Desta forma, se conclui que, o acolhimento, o uso de pessoal treinado para oferecer as orientações necessárias, não se atendo a termos eminentemente técnicos e sim com explicações claras sobre os serviços, peças e técnicas a serem empregadas, esclarecendo os detalhes da atividade a ser feita, podem ser e se tornam mesmo um diferencial neste nicho bastante promissor e que desde o início alcança setor que pode ser alavancado com as premissas ora apresentadas e suas inovações. Sempre há espaço para crescer com planejamento e eficácia no atendimento e gestão dos negócios.

2. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE AUTO MECÂNICA

2.1 Histórico

De acordo com o site History.com, durante o século passado, diversos indivíduos se empenharam em encontrar uma maneira de atualizar os automóveis. Em janeiro de 1886, o engenheiro alemão Karl Benz apresentou a Benz-Patent Motorwagen, um carro monocilíndrico movido a gasolina, sendo considerado, por muitos, o inventor do automóvel moderno. Posteriormente, sua companhia se tornou a respeitada Mercedes-Benz.

Segundo o site, em 1886, o inventor alemão Karl Benz introduziu o veículo automotivo, uma inovação com poucas peças e tecnologia em comparação com o automóvel moderno, que foi aprimorado em 1901. Os reparos eram feitos pelos próprios inventores, frequentemente por meio de tentativa e erro, melhorando gradualmente os veículos. Com o aumento do custo de produção, especialmente após a introdução da linha de montagem por Henry Ford em 1913, o automóvel tornou-se acessível para uma ampla gama de indivíduos, criando uma necessidade urgente de oficinas de reparação.

Com base no site History.com, as oficinas ainda eram bastante simplificadas, mas o papel do reparador e as ferramentas e equipamentos adequados para a área começaram a surgir. As primeiras oficinas eram carentes de ferramentas e equipamentos, com seus funcionários sendo ferreiros, membros de equipes que consertavam carroças e carruagens, e alguns artesãos com conhecimento de marcenaria e mecânica, muitos oriundos das primeiras linhas de montagem desses veículos.

O funcionamento dos veículos era compreensível, já que se tratava de componentes mecânicos. Com conhecimento, algumas ferramentas básicas e curiosidade, eram viáveis compreender como um motor e um automóvel funcionavam. Isso levou à necessidade de elaborar manuais de manutenção de veículos, inicialmente com instruções para os próprios usuários.

Conforme mencionado no site, durante esse período, as oficinas tinham procedimentos administrativos razoáveis, uma vez que essas empresas geralmente eram formadas por famílias. Por ser uma atividade artesanal, o técnico precisava produzir suas ferramentas ou componentes de reposição, muitas vezes acompanhado

pelo proprietário do veículo, que orientava sobre a necessidade.

De acordo com o site History.com, o conceito de relação com o cliente não existia nas oficinas. O cliente dependia da educação, da vontade de fazer o serviço e do compromisso do reparador para o atendimento. Não havia garantia de um prazo para o término dos serviços, uma vez que a habilidade do artista e a disposição do comprador em encontrar peças ou informações para repará-los eram determinantes.

A evolução das oficinas no Brasil, segundo o site, é demonstrada pela evolução delas ao longo do tempo. O primeiro carro a circular pelas ruas do Brasil foi trazido por Santo Dumont, em 1891. No entanto, houve um grande aumento na produção e venda da indústria automobilística após o término da Segunda Guerra Mundial. No final dos anos 40 e início dos anos 50, a frota do Brasil era composta por veículos importados, principalmente dos Estados Unidos, da Inglaterra e da Alemanha. A criação do GEIA por Juscelino Kubitschek em 1956 deu início à indústria automobilística no Brasil, encerrando a importação de automóveis e impulsionando a produção nacional.

Com o crescimento dos carros e o aumento do número de veículos em circulação, surgiram as primeiras oficinas e lojas de autopeças para atender a essa nova demandam. No entanto, até o início dos anos 80, segundo o site History.com, as oficinas no Brasil não eram muito diversificadas, com algumas exceções. Não havia um padrão de excelência ou precaução em relação à aparência, e algumas oficinas eram sujas e com o chão batido, especialmente nas regiões mais distantes do país.

Os trabalhadores da mecânica não apresentavam grande habilidade, pois a instrução era passada de pai para filho e a obtenção de materiais especializados para o aprendizado era difícil, uma vez que a maioria era encontrada em outras línguas. O diagnóstico geralmente se dava através da substituição de componentes, utilizando a técnica de tentativa e erro, até que o problema fosse solucionado.

Durante esse período, as concessionárias e montadoras proliferaram, levando à necessidade de uniformizar as oficinas, por meio da introdução de uniformes e equipamentos de primeira linha, bem como do aprimoramento dos processos de atendimento e do treinamento dos colaboradores.

O progresso nas interações comerciais foi lento, com preocupações emergentes sobre a relação com o cliente e a imagem da oficina do concessionário. A legislação também foi criada para regulamentar as relações entre montadoras e concessionárias. A evolução das oficinas no Brasil foi marcada pela inovação

tecnológica e pela legislação, resultando em um ambiente mais profissional e orientado para o cliente.

2.2 Atendimento Feminino

Elaborou-se uma pesquisa de campo na cidade de Dracena – SP, nas oficinas mecânicas, para obter dados sobre a prestação de serviços mecânicos e atendimento para o público feminino.

A empresa de vendas Crisauto Autopeças LTDA, auxiliou na pesquisa a entender junto com sua parceria com as oficinas Mecânicas de Dracena SP, com seu fornecimento de suas mercadorias, que existe o total de 198 oficinas, dentre elas sendo a maioria oficina para automóveis. Na conclusão de todo o material elaborado, pode-se concluir que não existe diferenciação de atendimento entre o público masculino e o feminino, onde os tratamentos são oferecidos de maneiras iguais como a mesmas informações oferecidas em suas manutenções, sendo que algumas das oficinas entrevistadas oferecem sala de espera contendo já banheiros para atender os clientes femininos e masculinos.

A fim de que os atendimentos sejam iguais para homens e mulheres, com atendimento necessário, e sinceras explicações corretas do que está ocorrendo em seus veículos em manutenção.

Foram feitas entrevistas com oito oficinas, Drain Pneus, Retifica Dracena, Top Car, Rally Import's, G3 Car, Utumi – Motors, Central Car e Auto mecânica Sorriso, através de perguntas diretas para os responsáveis, e sua resposta foram discursivas e sinceras para o atual momento de cada oficina.

2.2.1 Case: Empresa Atuante no Atendimento ao Público Feminino

Na região de Minas Gerais, uma pioneira oferece serviços mecânicos exclusivamente para o público feminino. Bárbara Brier, recebeu reconhecimento do SEBRAE Mulher de negócios 2023 por sua iniciativa. Ela é a fundadora e idealizadora da Oficina Amiga da Mulher.

BÁRBARA BRIER é técnica em Automobilística pelo SENAI. Graduada em Gestão da Produção Industrial com Especialização em Educação Superior – UNIS MG, é apaixonada por Inovação, Empreendedorismo, Antigomobilismo e Marketing Digital. Em 2017, criou-se a Oficina Amiga da Mulher, um selo de responsabilidade social para as Oficinas Mecânicas.

Atua há mais de 15 anos no ramo automotivo e reparação, com grande parte do seu tempo dedicado à área de treinamento empresarial. Atuou como líder de projeto na Fiat Chrysler Automobilística, gerenciando e proferindo treinamentos técnicos presencial, web e televisão, para a rede de concessionárias Fiat, Chrysler, Jeep e Dodge Ram.

Em 2016, decidiu começar uma empresa de consultoria e treinamento automotivo, que inova com os principais serviços de ensino de mecânica para mulheres e como influencer digital.

Ansiosa por promover a inclusão em ambientes, criou a Oficina Amiga da Mulher em 2017, uma certificação de responsabilidade social e diversidade para as oficinas mecânicas. A partir dessa ideia original, passou a levar conhecimento, inovação e inclusão para as oficinas, por meio de palestras, treinamentos, workshops e conteúdos ricos em dados que fazem a diferença no dia a dia de uma oficina mecânica

3. A PRESTAÇÃO DO SERVIÇO VOLTADO AO PÚBLICO FEMININO

Segundo pesquisas realizadas e visando atender às necessidades específicas desse grupo, foi observado que as mulheres encaminham seus veículos pelos seus companheiros ou parentes, pois muitas das vezes se sentem

desconfortáveis ou desconfiadas em ambientes tradicionalmente masculinos, como as oficinas mecânicas. Em análise observa-se que se deve trazer um ambiente acolhedor e confortável, com equipe treinada e sensível, serviço personalizado, educação do cliente, transparência nos preços e serviços, parcerias com empresas locais e feedback constante. As mulheres são uma parte importante da clientela das oficinas mecânicas, mesmo que ainda exista a ideia equivocada de que o ambiente automotivo é principalmente masculino. Como na citação abaixo:

“58% dos brasileiros interessados em veículos são mulheres. E não para por aí! Em 2017, o gênero feminino já representava 46% do atendimento em oficinas mecânicas. Isso sem falar que, segundo uma pesquisa desenvolvida pela General Motors (GM) do Brasil, 40% das mulheres já adquiriram o próprio veículo e, em 70% dos casos, elas influenciam na decisão da compra.”
(segundo o site/blog Frase-le 23:49hrs).

Para atrair e manter essas clientes, é fundamental oferecer um atendimento de qualidade, proporcionando um ambiente onde elas se sintam seguras e confortáveis ao buscar os serviços da oficina.

3.1 Existe Prestação de Serviços Voltado ao Público Feminino?

A prestação de serviços para o público feminino em oficinas automotivas já existe em outras regiões, porém em quantidade limitada. A intenção é impulsionar o crescimento desse mercado, conforme fala o autor da Ultracar Blog Empreendedorismo uma vez que as mulheres representam aproximadamente 80% da influência nas decisões de compra de veículos. O aumento contínuo na porcentagem de mulheres habilitadas tem gerado um significativo aumento da presença feminina nas oficinas mecânicas. O setor automotivo deve reconhecer e se adaptar a essa realidade, uma vez que as necessidades e valores desse público têm uma influência cada vez mais relevante na área.

3.2 Como Deveriam ser Prestados?

Segundo o site IKS Cablex, para atender às necessidades do crescente público feminino nas oficinas mecânicas, é essencial criar um ambiente acolhedor e inclusivo. Isso também envolve ter espaços limpos e organizados, visando reduzir qualquer desconforto ou ansiedade que as mulheres possam sentir ao buscar serviços automotivos. Além disso, é fundamental garantir uma comunicação clara e transparente com as clientes. Evitando o uso de termos técnicos desnecessários, a comunicação direta e compreensível ajuda a criar confiança, capacitando as mulheres a tomarem decisões informadas sobre os serviços de manutenção de seus veículos. Essas medidas não apenas tornam a experiência mais agradável, mas também fortalecem o vínculo de confiança entre as clientes e as oficinas automotivas.

Ainda segundo o site, para que isso ocorra, é necessário que a equipe seja devidamente treinada, visando derrubar todos os preconceitos e garantir um ambiente inclusivo e acolhedor. Os prestadores de serviço devem compreender a importância de uma comunicação empática e respeitosa, capaz de transmitir as informações de forma clara e acessível às clientes. Esse treinamento pode incluir a sensibilização para questões de gênero, o desenvolvimento de habilidades de comunicação e empatia, além de orientações sobre como lidar com situações delicadas e garantir um atendimento de qualidade para todas as pessoas, independentemente de seu gênero. Dessa forma, a equipe estará preparada para receber e atender as mulheres nas oficinas mecânicas de maneira profissional e livre de preconceitos.

3.3 Principais Características Desta Prestação de Serviço

As pesquisas realizadas em sites especializados como o IKS Cablex e oficinas voltadas para o público feminino permitiram chegar aos seguintes dados:

- **Treinamento e Educação:** Os profissionais da indústria automotiva, como mecânicos e atendentes de oficinas, recebem treinamento para entender como tratar as clientes mulheres de maneira respeitosa, empática e profissional.

- **Atendimento Personalizado:** As mulheres recebem um atendimento que leva em conta suas preocupações específicas. Os problemas são explicados de forma simples, e são oferecidas opções de serviço que atendem às suas necessidades individuais.
- **Ambiente Acolhedor:** As oficinas mecânicas têm um ambiente amigável e inclusivo para as mulheres. A decoração é neutra, e os espaços são mantidos limpos e organizados, para que elas se sintam confortáveis ao buscar serviços automotivos.
- **Comunicação Clara e Transparente:** A comunicação com as clientes é clara e transparente, sem o uso de termos técnicos desnecessários. Isso ajuda as mulheres a entenderem melhor os serviços de manutenção de seus veículos e a tomarem decisões informadas.
- **Serviços Adicionais:** São oferecidos serviços extras que são úteis para as mulheres, como assistência em emergências na estrada, acompanhamento de inspeções veiculares obrigatórias e programas de manutenção preventiva.
- **Educação Automotiva:** Ofereceremos workshops ou palestras sobre manutenção básica do veículo para aumentar a confiança das mulheres em cuidar de seus carros.
- **Parcerias Locais:** Estabeleceremos parcerias com empresas locais voltadas para mulheres para promover a oficina entre o público feminino.
- **Feedback e Avaliação:** As clientes são convidadas a fornecer feedback regular sobre os serviços recebidos, ajudando a identificar áreas de melhoria e garantindo que suas necessidades sejam atendidas de maneira eficaz.

3.4 Manutenção Preventiva

Diante das pesquisas realizadas no site Unidas foi constatado que a manutenção preventiva é uma prática essencial para garantir que os veículos permaneçam em ótimas condições de funcionamento ao longo do tempo. O seu principal propósito é preservar o desempenho geral do carro, especialmente em relação à sua mecânica. Ao realizar manutenções preventivas regularmente, como

trocas de óleo, inspeção de fluidos, verificação de pneus e outras revisões periódicas, é possível identificar e corrigir pequenos problemas antes que se tornem mais graves, evitando assim danos mais sérios nos componentes do veículo. Essa prática não apenas ajuda a prolongar a vida útil do automóvel, mas também contribui para a segurança e a confiabilidade durante o seu uso.

As mulheres, por serem mais cuidadosas, de fato realizam a manutenção preventiva de seus carros. No entanto, muitas vezes adiam esses cuidados por não saberem quando devem fazê-los ou por não se sentirem confortáveis no ambiente de uma oficina mecânica.

De fato, não existe uma data fixa para realizar a manutenção preventiva de um carro, pois isso pode variar de acordo com o modelo e o ano de fabricação do veículo, além das condições de uso. No entanto, a intenção da nossa oficina com a educação automotiva é justamente capacitar nossas clientes a aprenderem e identificar os sinais que indicam quando é necessário realizar a manutenção. Por meio de workshops, palestras e informações detalhadas sobre os cuidados com o veículo, pretendemos fornecer às mulheres o conhecimento necessário para reconhecerem os sinais de desgaste ou problemas potenciais em seus carros, capacitando-as a tomar medidas preventivas apropriadas antes que surjam problemas mais graves. Isso não só ajudará a garantir a segurança e o bom funcionamento de seus veículos, mas também proporcionará às clientes maior confiança e autonomia no cuidado de seus carros.

4. PLANO DE NEGÓCIO (NOME FANTASIA/SOCIO/FIDELIZAÇÃO)

4.1 Descrição Geral do Negócio

Apresenta-se o plano de negócio da Penélope Chamosa, uma oficina mecânica que se dedica ao público em geral e em especial ao atendimento do segmento feminino em suas necessidades automobilísticas. A missão é criar um ambiente seguro e acolhedor, onde as clientes se sintam à vontade para cuidar de seus veículos. A equipe experiente da Penélope Chamosa oferecerá serviços automotivos de alta qualidade, abrangendo desde manutenção regular até reparos mais complexos. O intuito é promover a educação em mecânica automotiva,

capacitando nossas clientes para que possam tomar decisões importantes sobre seus veículos. A Penélope Chamosa não é apenas uma oficina, mas um espaço que empodera as mulheres e as fazem sentirem-se mais confiantes no mundo automobilístico, com predominância masculina.

4.2 Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições

Sócio 1: Fernanda Aparecida da Silva Ferreira Barros, casada, estudante, portadora do RG: xx.xxx.xxx-x, CPF: xxx.xxx.xxx-xx, residente e domiciliada na Rua: 1 (um), cidade de Tupi Paulista/SP, telefone: (18) 99999-1111;

Sócio 2: Lueny Carla Gomes dos Santos, solteira, estudante, portadora do RG: xx.xxx.xxx-x, CPF: xxx.xxx.xxx-xx, residente e domiciliada na Rua 2 (dois), cidade de São João Do Pau D'Alho/SP, telefone: (18) 99999-2222;

Sócio 3: Mariana Karam, solteira, estudante, portadora do RG: xx.xxx.xxx-x, CPF: xxx.xxx.xxx-xx, residente e domiciliada na Rua 3 (três), cidade de Dracena/SP, telefone: (18) 99999-3333;

Sócio 4: Mayara Sereia Segatelli, solteira, estudante, portadora do RG: xx.xxx.xxx-x, CPF: xxx.xxx.xxx-xx, residente e domiciliada na Rua 4 (quatro), cidade de Junqueirópolis/SP, telefone: (18) 99999-4444;

Sócio 5: Rayssa Aparecida Basso, solteira, estudante, portadora do RG: x.xxx.xxx-x, CPF: xxx.xxx.xxx-xx, residente e domiciliada na Rua 5 (cinco), cidade de Dracena/SP, telefone: (18) 99999-5555;

Sócio 6: Reginaldo Oliveira de Barros, casado, estudante, portador do RG: xx.xxx.xxx-x, CPF: xxx.xxx.xxx-xx, residente e domiciliado na Rua 1, cidade de Tupi Paulista/SP, telefone: (18) 99999-6666.

4.3 Dados do Estabelecimento

Nome da Empresa: Penelope Charmosa

Razão Social: Penelope Charmosa Automóvel LTDA

CNPJ: 12.345.678/0001-12

Endereço: Avenida Rui Barbosa, nº 690

Cidade: Dracena/SP

Telefone: (18) 12345-6789

4.4 Missão

Proporcionar um ambiente inclusivo e acolhedor, onde as clientes se sintam empoderadas e confiantes em relação aos cuidados de seus veículos, recebendo serviços de alta qualidade, transparência e educação sobre manutenção automotiva, promovendo, assim, a segurança e independência das mulheres no mundo automobilístico, preservando-se as suas personalidades.

4.5 Setor de Atividade

Comércio: Realização de serviços mecânicos voltados para o público em geral e em especial ao público feminino. Oficina para automóveis em geral.

4.5.1 Benefícios dos Serviços:

Serviços rápidos e com garantia da mão de obra especializada;

Espaço Kids;

Pacotes promocionais;

Salão de beleza para atendimento do público feminino com descontos.

4.6 Forma Jurídica

A empresa é uma sociedade LTDA, tipo proposto para empresas compostas por dois ou mais sócios, e neste caso formada por 6 pessoas, regendo-se por contrato

social, sendo necessária a integralização do capital, destacando-se ser permitida a separação entre os bens das pessoas físicas (os empresários e os investidores) dos da pessoa jurídica (a empresa por ela mesma).

4.7 Enquadramento Tributário

A empresa adota o Simples Nacional como sistema de tributação, por ser de pequeno porte (EPP). O Simples Nacional é um regime tributário que combina tributos federais, estaduais e municipais em uma única guia de pagamento e em uma taxa única. Essa taxa é determinada com base no faturamento total da empresa, aplicando uma alíquota única variável de acordo com a faixa de faturamento.

4.8 Capital Social:

Quadro 1

| NOME DOS SÓCIOS | VALOR (R\$) | % DE PARTICIPAÇÃO |
|--|--------------------|--------------------------|
| FERNANDA APARECIDA DA SILVA FERREIRA BARROS | 25.000,00 | 16,67% |
| LUENY CARLA GOMES DOS SANTOS | 25.000,00 | 16,67% |
| MARIANA KARAM | 25.000,00 | 16,67% |
| MAYARA SEREIA SEGATELLI | 25.000,00 | 16,67% |
| RAYSSA APARECIDA BASSO | 25.000,00 | 16,67% |
| REGINALDO OLIVEIRA DE BARROS | 25.000,00 | 16,67% |
| TOTAL | 150.000,00 | 100% |

Fonte: editado pelos autores

4.8.1 Fonte de Recursos

Investir-se-á, nesta empresa, um valor inicial de R\$ 150.000,00, divididos para cada um dos seis sócios.

Buscou-se orientações no SEBRAE e com profissionais da área com intuito de adquirir conhecimento. Com o investimento de R\$ 25.000,00 de cada sócio serão comprados peças e materiais para o início das atividades, compondo-se, desta forma o primeiro e essencial estoque.

4.9 Análises de Mercado

Características gerais dos clientes: além do nosso atendimento estar direcionado para o público em geral, prezamos pelo atendimento ao público feminino, onde elas possam se sentir mais acolhidas por terem mulheres atendendo e realizando os serviços necessários e trazendo mais confiança no trato pessoal.

5. PESQUISA DE CAMPO

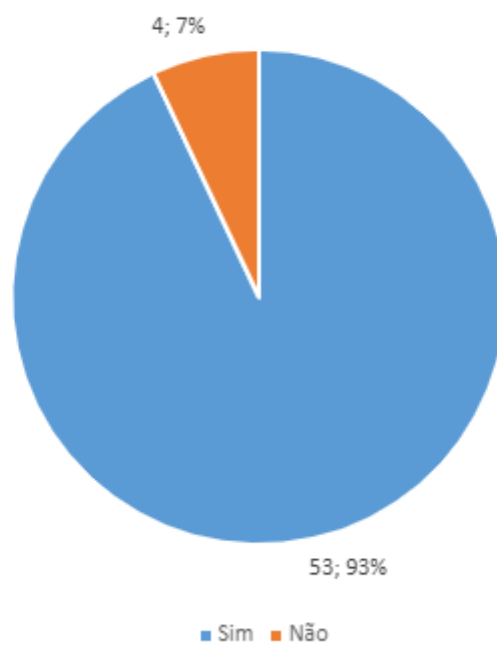
Em uma pesquisa de campo realizada pelo Forms, com 57 mulheres do Brasil, foi constatado que cerca de 93% possuem carro e 7% não possuem.

Diante disso, percebe-se que as revisões são feitas de acordo com a finalidade ou necessidade de cada veículo. Das 57 entrevistadas, 10 mulheres contam com a ajuda dos maridos e as 47 restantes vão sozinhas, mas algumas mulheres dizem sentir-se constrangidas com o ambiente masculino, acabam sendo julgadas por acharem que elas não entendem e muita das vezes não tem um local apropriado para aguardar o atendimento.

Na pesquisa não foi identificado nenhuma oficina com atendimento especializado para o público feminino. Portanto, foi julgado algumas melhorias que elas podem se adequar para que as mulheres se sintam mais confortáveis, dentre elas estão:

- Sala de espera;
- Banheiro feminino;
- Clareza e paciência ao explicar o serviço que será realizado;
- Contratação de mulheres;
- Respeito.

MULHERES QUE POSSUEM CARRO



6. CONCLUSÃO

Ao analisar o mercado e os dados da pesquisa de campo com mulheres proprietárias de veículos, fica claro que há uma demanda por oficinas que ofereçam um ambiente mais inclusivo e acolhedor. As mulheres valorizam a clareza nas explicações, a presença de espaços femininos e a contratação de mulheres como parte da equipe.

Diante desse cenário, o plano de negócio da Penélope Charmosa, uma oficina mecânica dedicada ao público em geral, com foco especial no atendimento feminino, apresenta-se como uma oportunidade promissora. Esta análise demonstra que, ao oferecer serviços especializados, um ambiente acolhedor e uma abordagem centrada no cliente, a oficina de auto mecânica Penélope Charmosa pode não apenas satisfazer as necessidades do público feminino, mas também atrair uma clientela diversificada e fiel. Com o compromisso de proporcionar uma experiência positiva e empoderadora, a oficina têm a oportunidade de se destacar e prosperar em um mercado de constante evolução, contando com uma equipe experiente, serviços de alta qualidade, educação em mecânica automotiva e um ambiente inclusivo, a Penélope Charmosa busca empoderar as mulheres e oferecer um espaço onde elas se sintam confortáveis e confiantes ao cuidar de seus veículos.

REFERÊNCIAS

GULARTE, Charles. Contabilizei.blog. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/sociedade-limitada/#:~:text=A%20Sociedade%20Limitada%20%C3%A9%20um,a%20empresa%20por%20ela%20mesma>>. Acesso em: 02 de abr. 2024, 21:00:00.

ULTRACAR. Blog, Empreendedorismo. Disponível em: <<https://ultracar.com.br/mulheres-na-mecanica/>>. Acesso em: 25 de mar. 2024, 20:14:00.

CABLEX IKS. Disponível em: <<https://iks.com.br/portal-iks/area-do-mecanico/mulheres-na-oficina-como-atender-com-excelencia>>. Acesso em: 24 de mar. 2024, 23:43:00.

SEMINOVOS, Unidas. Disponível em: <[FRAS-LE. Disponível em: <<https://blog.fras-le.com/oficina-mecanica-feminina/>>. Acesso em: 24 de mar. 2024, 23:49:00.](https://seminovos.unidas.com.br/blog/manutencao-preventiva-de-carro/#:~:text=A%20manuten%C3%A7%C3%A3o%20preventiva%20%C3%A9%20uma,autom%C3%B3vel%2C%20evitando%20problemas%20nos%20componentes.>https://seminovos.unidas.com.br/blog/manutencao-preventiva-de-carro/#:~:text=A%20manuten%C3%A7%C3%A3o%20preventiva%20%C3%A9%20uma,autom%C3%B3vel%2C%20evitando%20problemas%20nos%20componentes.>.>. Acesso em: 24 de mar. 2024, 23:35:00.</p></div><div data-bbox=)

LIMA, Fernando. LinkedIn. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/evolu%C3%A7%C3%A3o-das-oficinas-mec%C3%A2nicas-fernando-lima>>. Acesso em: 26 de mar. 2024, 18:20:00.

OFICINA AMIGA DA MULHER. Disponível em: <<https://oficinaamigadamulher.com.br/>>. Acesso em: 26 de mar. 2024, 20:42:00.

PESQUISA DE CAMPO COM AS MULHERES

- Você possui carro?
- Com qual frequência você realiza as revisões do seu veículo?
- Quem leva o seu veículo para a oficina? O que acha de frequentar esse local? (Você se sente bem, confortável e respeitada ou tem algum receio)
- Em sua cidade existe uma auto mecânica com atendimento especial para as mulheres?
- Qual diferencial você julgaria importante para que o público feminino possa ter um melhor atendimento na oficina?

PESQUISA DE CAMPO COM AS OFICINAS

Foi elaborada uma pesquisa de campo na cidade de Dracena – SP, nas oficinas mecânicas, para obter dados sobre a prestação de serviços e atendimento para o público feminino.

- Como você atende uma mulher que chega hoje na oficina?
- Gostaríamos de saber se vocês oferecem atendimento diferenciado ao público feminino.
- A empresa possui funcionárias mulheres para um atendimento a esse público? Caso não haja, pretende contratar?

As empresas entrevistadas foram:

Drain Pneus (Nilton Bezerra, às 08 horas e 05 minutos).

- Atendimento, não diferenciar Homem e Mulher, diferencial em explicar melhor os assuntos abordados referente aos defeitos dos automóveis.
- Demonstração de todos os assuntos abordados referente a procura da mulher com uma explicação de todos os seus funcionários com excelência para que não haja desconfiança na abordagem.
- Já tenho uma funcionária para esse sentido, entendo que é mais fácil a abordagem de negócio entre mulheres do que com um homem, fica mais segura nossos serviços.

Retífica Dracena (Bruno Zabini, às 08 horas e 55 minutos).

- Abordagem de explicação sincera para todos os clientes, tanto homens, quanto mulheres.
- Não, não temos exceções e tratamos de modo que todos se sintam bem em nosso ambiente e fornecemos uma sala de espera para uma melhor acomodação ao executarmos os serviços para os clientes.
- Temos uma funcionária na parte da administração, porém eu que sou responsável de todas as tratativas de negócio com uma abordagem detalhada de todas as partes mecânicas referente aos motores.

Top Car (Thiago Araújo Azevedo, às 09 horas e 20 minutos).

- Não diferencio homem de mulher, sou específico em todas as explicações.
- Tenho um diferencial tanto para as mulheres e homens, antes de executar os serviços lavo os carros dos clientes para uma melhor revisão e poder ser transparente para ambos e cuidar de todas as referências dos clientes, como troca de óleo, limpeza do sistema de arrefecimento e ao final entregamos os carros limpos ao cliente.
- Não tenho essa funcionária, mas pretendo me adequar ao processo e melhorar minha estrutura para essa pessoa abordar meus clientes e trabalhar ao nosso meio e ter em minha oficina banheiros para atendê-las e sala de espera.

Rally Import'S (Alisson Santa Rosa, às 10 horas e 20 minutos).

- Atendimento igual para todos, sem distinção.
- Não, procuro transparecer o desempenho da minha manutenção executada com qualidade.
- Já tive, porém, a pessoa não se adequou ao ramo que a gente oferece, hoje pretendo contratar uma pessoa que se enquadra ao meu quadro de funcionários com experiência e eficácia.

G3 Car (Gilberto Vidoti, às 10 horas e 52 minutos).

- Abordagem referente em vídeos para deferência a tratativa igual para homens e mulheres.
- Explicação com maior transparência e mostrar o real problema do carro para as mulheres.
- Sim, a profissional que temos apresenta conhecimento total no ramo da mecânica e atendimento com público (foi aluna da ETEC em Técnico em Administração).

Utumi - Motors (Rodrigo dos Santos Grás, às 11 horas e 13 minutos).

- Vem indicado pelo seguro, atendemos todas as seguradoras.
- Sim, procuro ter uma explicação transparente, com orçamentos sem compromisso e atendemos os dois gêneros.
- Já tive e posso recomendar, hoje tenho uma funcionária meio período para atender a esse público, com explicação técnicas e orçamentos.

Central Car (Roni Alves Lopes, às 12 horas e 24 minutos).

- Trato por igual, tenho a mesma atenção a todos os clientes.
- Não, tento atender da mesma forma até porque meu serviço é mostrar qualidade e eficiência, não estar jogando entre homem e mulher.
- Sim, tenho uma gerente para assessorar minha empresa em todos os quesitos.

Auto Mecânica Sorriso (Anderson Bizi_me, às 13 horas e 30 minutos).

- Tudo começa com um atendimento de qualidade, muito profissionalismo e igualdade no tratamento. Também é importante ficar atento a outros detalhes que, em um primeiro momento, podem até parecer bobagens. Porém, fazem uma grande diferença na fidelização das clientes ou no convívio harmonioso com as mulheres dentro da empresa, e também sempre que atendemos clientes, independente do sexo, após apresentação de si mesma, fazemos algumas perguntas (entrevista), a respeito do veículo e peço para relatar o que realmente está acontecendo e porque veio até nossa empresa, se foi por indicação, por ter mulher no atendimento, ou algum tipo de

propaganda. Após essa entrevista, procuramos agendar seu veículo, conforme a disponibilidade de ambos.

- Procuramos que se sintam bem e tenham plena confiança no serviço prestado. E que consigam aguardar, na oficina quando for preciso e trabalhar sem constrangimentos e com o mesmo respeito que um mecânico recebe, tanto dos clientes quanto dos colegas de trabalho. Oferecemos sempre, uma sala de espera com água gelada, café e chá, quando for reparos rápidos ou enquanto fazemos uma breve entrevista, em lugar climatizado. Porque na maioria das vezes levamos até o endereço que pede e quando o veículo fica pronto buscamos, novamente. Sempre explicando cada detalhe do reparo, o que está acontecendo e porque aconteceu aquele defeito, pois é muito importante que todos os motoristas tenham conhecimento do seu veículo, pois isso trará mais confiança e menos manutenção reparativa e sim manutenção preventiva.

- Sim, possui um atendimento feminino, desde a recepção até o final total do atendimento, ou seja, começa a ser atendida por mulher na recepção e finaliza os acordos, como ordem, serviço, orçamento e acordos financeiros.