

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DO MANDAQUI

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
PAULA SOUZA
ETEC MANDAQUI
Técnico em Edificações**

NETO, Francisco Paulino¹
SANTOS, Ailton Silva²
JORGE, Alexandre Luiz³

CONSTRUÇÃO DA LOJA MERCADOCAR SANTANA

São Paulo, Dez. 2024

¹ Técnico em Edificações, na Etec Mandaqui. E-mail: paulinofotografo@uol.com.br

² Técnico em Edificações, na Etec Mandaqui. E-mail: aseletricista1985@gmail.com

³ Técnico em Edificações, na Etec Mandqui. Emil: alexandreluizj1315@gmail.com

⁴ Professor orientador: Prof. Ms. Taisa Nogueira Silva. E-mail: taisabap@yahoo.com.br

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
PAULA SOUZA
ETEC MANDAQUI
Técnico em Edificações**

CONSTRUÇÃO DA LOJA MERCADOCAR SANTANA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso Técnico da Etec Mandaqui, orientado pela Prof. Dra. Taisa Nogueira, como requisito parcial para a obtenção do Título de Técnico em Edificações.

São Paulo, Dez. 2024

RESUMO

A Construção da loja *MercadoCar* Santana, é uma edificação diferente das outras existentes nesse segmento, pois tem como finalidade atrair o público-alvo feminino, um potencial consumidor que nos últimos anos vem representando uma grande fatia de mercado, no consumo de peças e acessórios automotivos.

Além disso, a mulher vem se destacando como profissional que atua na linha de frente dos mais diversos tipos de serviços automotivos, e também em vários cargos dentro de pequenas e grandes empresas.

Com base nesse panorama atual de mercado, a empresa *MercadoCar* resolveu inovar e tem como meta para até início de 2026 criar uma rede de lojas voltadas exclusivamente para mulher: Tanto para as que consomem peças e serviços e serviços automotivos, como também para as profissionais que trabalham nessa área.

Palavras-chave: *MercadoCar*; Peças e acessórios automotivos; Praticidade e economia; Loja da mulher que gosta de cuidar de carro.

1. INTRODUÇÃO

O Estado de São Paulo tem mais de nove milhões de mulheres motoristas e boa parte desse público busca atendimento diferenciado, na hora em que precisa de serviços automotivos.

Diferentemente do cenário de décadas atrás, hoje elas marcam presença no comércio, mas não apenas como consumidoras ou apreciadoras. Na realidade, assumem cargos significativos em diversas frentes, como pistas, montadoras, centros automotivos e grandes empresas. Por isso, a indústria começou a se adaptar para atender esse público e integrá-lo.

Seu interesse não para no design e nos acessórios do veículo. As mulheres também têm buscado mais informação e conhecimento sobre os aspectos mecânicos, ampliando sua presença profissional em oficinas e montadoras. No entanto, engana-se quem pensa que a existência feminina neste segmento é recente. Apesar de ainda haver um longo caminho pela frente, elas já escreveram muita história no setor automobilístico.

Presentes em todas as esferas da cadeia automotiva, de CEO na indústria de autopeças até reparadoras, as mulheres hoje são reconhecidas pela sua competência impecável para superar qualquer desafio do mercado. Reparadoras, gerentes e diretoras, as mulheres possuem garra, conhecimento, técnica e hoje ocupam cargos na oficina e na indústria que, tradicionalmente foram ocupados por homens em boa parte do tempo. Elas são grandes responsáveis pela qualidade e pelo avanço de empresas como: Marelli, Cofap ZF, Sachs, TRW, Mobensani, dentre outras. Também presentes nas oficinas, em todas as funções, as mulheres merecem destaque especial no mercado de trabalho automotivo.

Pensando nisso, a rede de loja MercadoCar está desenvolvendo um grande projeto de ampliação de suas lojas, só que desta vez voltado exclusivamente para as mulheres, para o público feminino.

O nosso desafio a ser resolvido, é construir a primeira loja de venda de auto peças para esse novo público e que atenda as seguinte questões: Foco no público feminino, voltada para a mulher que busca economia e praticidade, principalmente para a mulher que curte carro, que gosta de cuidar de carro.

2. **DESENVOLVIMENTO**

Todos os dias, passam pelas lojas do *MercadoCar* milhares de pessoas a procura de peças e acessórios para seus carros. São consumidores em busca dos mais de 30.000 itens disponíveis em cada loja da rede e, acima de tudo, de ótimos preços e excelente atendimento.

A história do MercadoCar não é só um relato de administração bem-sucedida, mas, acima de tudo, de pioneirismo, visão do futuro e, principalmente, foco no consumidor como o bem mais precioso da empresa.

Um conceito atual e moderno nos dias de hoje, mas que na década de 70 era absolutamente inovador.

A primeira loja MercadoCar, inaugurada em 1971, tinha uma área total de somente 35m² e não se diferenciava muito de milhares de outras espalhadas por São

Paulo e por todo o Brasil. No entanto, foi nesta pequena loja que o conceito MercadoCar começou a tomar forma e gerar frutos.

Hoje, o *MercadoCar* é líder no varejo de autopeças, sendo um dos maiores e melhores vendedores de itens para veículos em todo o mundo.

Há 50 anos inovando, adotou o formato de venda de autopeças diretamente para o consumidor final, focando sempre no encantamento do cliente, proporcionando uma jornada de compras agradável, cheia de atenção e cuidado.

Com 9 lojas em São Paulo e um faturamento estimado em um bilhão anual, o *MercadoCar* quer ir muito além, vai investir pesado em um novo público consumidor, O público feminino. A mulher hoje é uma potente consumidora no segmento automotivo, e essa conversa de que cuidar de carro é coisa de homens, já é passado remoto.

O *mercadoCar* vai construir sua primeira (de várias) loja em Santana totalmente direcionada e personalizada para a mulher, um ambiente agradável, confortável e seguro.

2.2 JUSTIFICATIVA

O grupo teve a ideia de remodelar a marca existente, através de um projeto arquitetônico direcionado para esse público específico (público feminino) .

Ao mesmo tempo, a equipe tomou bastante cuidado ao criar esse novo projeto, para não desvincular da marca tão famosa e conhecida que é o MercadoCar.

2.2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral desse projeto é construir uma edificação diferenciada para a nova loja *MercadoCar*, que tem como público alvo a mulher e que lhes ofereçam:

Um espaço automotivo atraente e aconchegante, com espaço kids destinado as crianças, enquanto as mães realizam suas compras.

Alem disso, será construído também uma área de alimentação, um espaço para lavagens de carros, troca de óleo e serviços rápidos de troca de peças acessórias.

Tudo isso em um local bem localizado e de fácil acesso, em uma Infraestrutura bem planejada, confortável, segura e que encante seus clientes.

2.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Executar um projeto em concreto **pré-fabricado**, proporcionando uma obra limpa, sem desperdício de material, de execução rápida e principalmente preservar o meio ambiente.
- Desenvolver um projeto de energia **fotovoltaica** – destinada para o consumo da iluminação da loja, reduzindo o custo de energia tradicional, proveniente das hidrelétricas.
- Desenvolver um projeto de água de reuso para lavagem dos carros e limpeza do edifício

2.3 METODOLOGIA

Construção da loja *MercadoCar* Santana é um projeto de médio porte e que vai nos proporcionar grandes desafios e aprendizado.

Detectamos que na região norte, principalmente em Santana, o *MercadoCar* não tem nem uma loja que possa oferecer um diferencial aos clientes, a mais próxima é a loja do Tucuruvi, onde a estrutura é limitada.

O terreno foi minuciosamente escolhido, observando, a localização e tráfego local.

A metodologia adotada é a científica, tendo como parâmetro as normas regulamentadoras NBR's e o aprendizado em sala de aula durante todo o curso.

2.3.1. DEFINIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO (TEMA DE PROJETO)

O Terreno fica localizado na Rua Conselheiro Saraiva, nº 51

DIMENSÕES:

Largura = 30M

Comprimento = 40

Área: $30 \times 40 = 1.200\text{m}^2$

TO - Taxa de ocupação = 0,5

CA - Coeficiente de aproveitamento = 2

Taxa de Permeabilidade = 20%

Área construída 2.160m^2

O Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica, apontou que o terreno e a região tem um grande potencial, por ser bem localizado, próximo do comércio, do Metro Santana e do centro.

Quadro 3 - Parâmetros de ocupação, exceto de Quota Ambiental

TIPO DE ZONA	ZONA (a)	Coeficiente de Aproveitamento			Taxa de Ocupação Máxima		Gabarito de altura máxima (metros)	Recuos Mínimos (metros)			Cota parte máxima de terreno por unidade (metros ²)
		C.A. mínimo	C.A. básico	C.A. máximo (m)	T.O. para lotes até 500 metros ²	T.O. para lotes igual ou superior a 500 metros ²		Frente (i)	Fundos e Laterais	Altura da edificação menor ou igual a 10 metros	
QUALIFICAÇÃO	ZM	0,3	1	2	0,85	0,70	28	5	NA	3 (j)	NA

Figura 1: Parametros de ocupação. Fonte : GEOSAMPA, 2024.



Figura 2: Mapa de Localização. Fonte: GoogleMaps, 2024.

2.3.2 ESTUDOS DE CASO E ESTUDO DE TECNOLOGIA NA CONSTRUÇÃO CIVIL

O estudo de caso foi realizado na loja *MercadoCar* Tucuruvi, a mais próxima de Santana, onde ficou visível a falta de infraestrutura como por exemplo:

- Estacionamento na calçada
- Poucas vagas de estacionamento
- Não tem vagas acessíveis
- Oferece pouca segurança aos clientes no embarque e desembarque de seus veículos.



Figura 3: Foto da Fachada do MercadoCar Tucuruvi. Fonte: Google Earth, 2024.

2.3.3 ESTUDO DE TECNOLOGIA NA CONSTRUÇÃO CIVIL

- Construção de concreto Pré - Fabricado
- Utilização de Energia Solar – Fotovoltaica (para a iluminação da loja).
- Água de Reuso
- Piso Drenante

2.3.4 DESENVOLVIMENTO DE PROJETO

A) Planta de Situação e Implantação

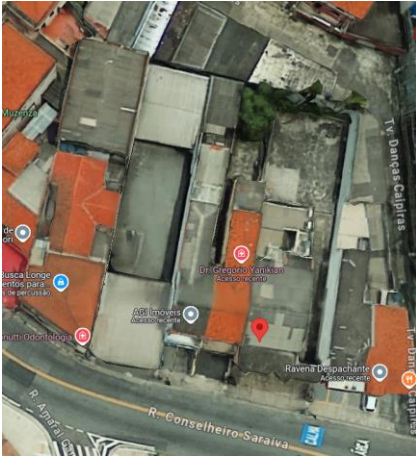


Figura 4: Foto Área da Localização
Fonte: Google Earth, 2024



Figura 5: Mapa de Localização. Fonte: GoogleMaps, 2024.

B) Projeto Estrutural

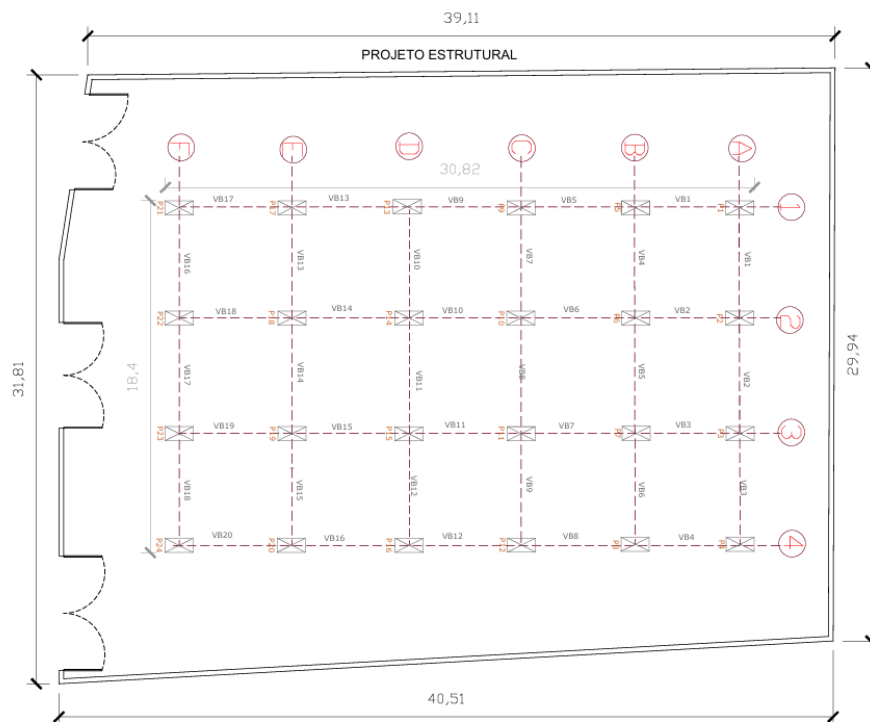


Figura 6: Planta do Projeto Estrutural Fonte: dos autores, 2024

C) Pavimento Térreo - Estacionamento

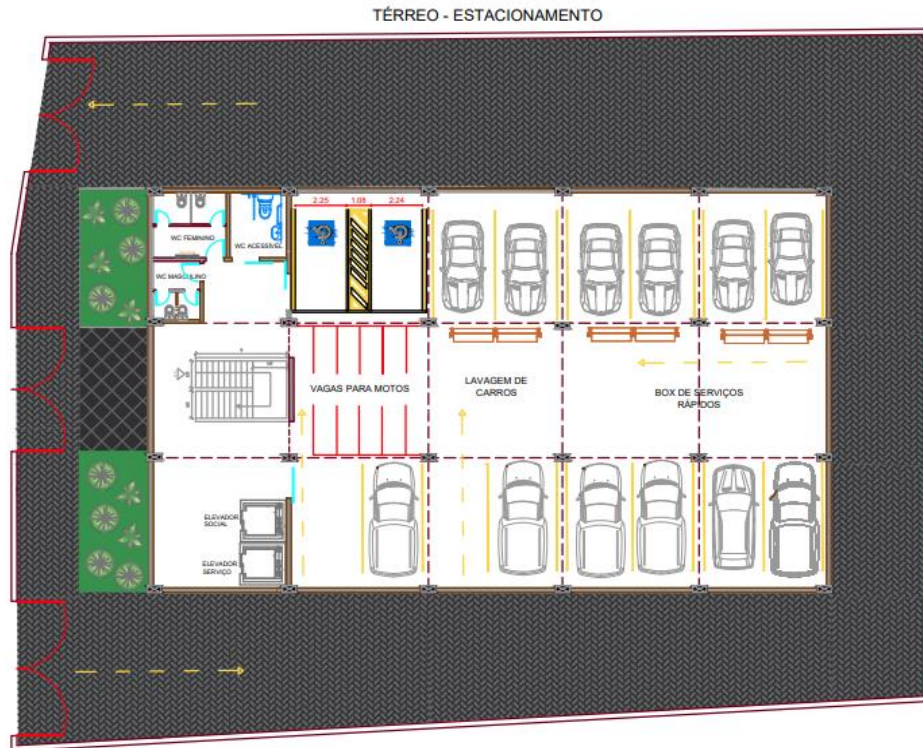


Figura 7: Planta Baixa Pavimento Térreo. Fonte: dos Autores 2024.

Neste pavimento temos: 12 vagas de estacionamento de veículos, 12 vagas de motos, 2 vagas de acessibilidade, acesso para o andar principal por escadas e elevadores, bem como área de sanitários, feminino, masculino e acessível. Sem contar com o espaço para lavagem de carros e box de serviços rápidos e troca de óleo.

D) Pavimento 1 - Loja

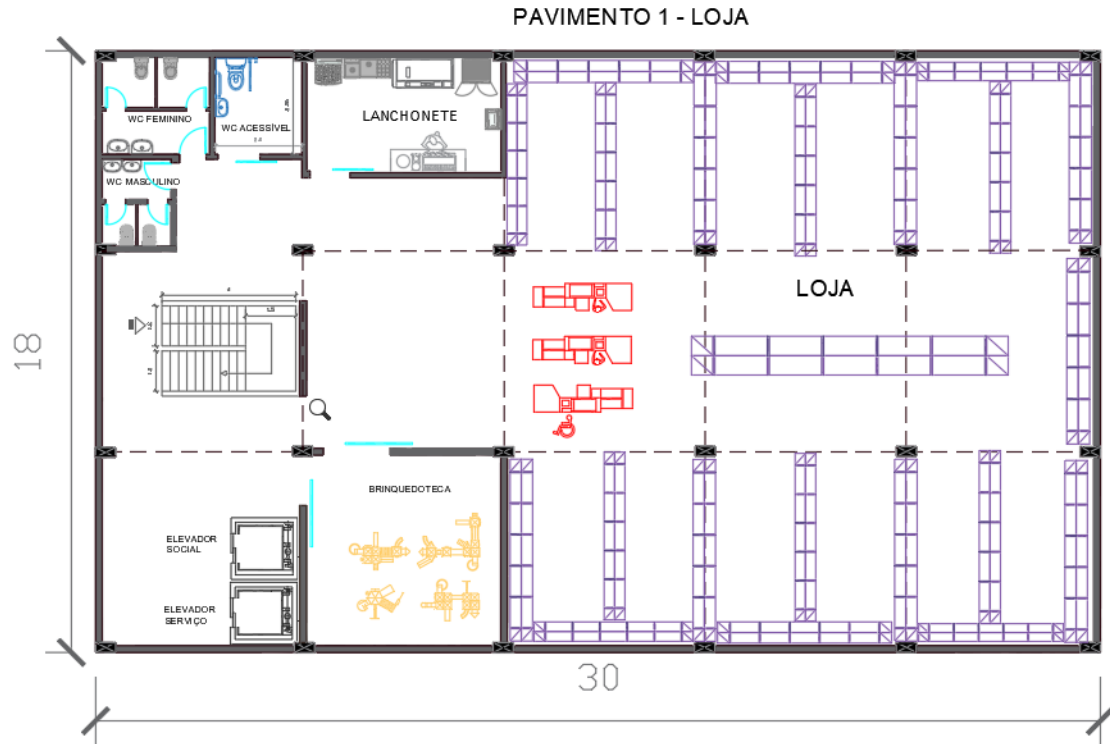


Figura 8: Planta do Pavimento 1º- Andar - Loja. Fonte: dos Autores, 2024.

Neste pavimento temos, acesso por escada e elevadores, loja ampla com 540m², brinquedoteca, lanchonete e banheiros, inclusive banheiro acessível.

E) Pavimento 2 - Estoque/ Vestiário



Figura 9: Pavimento 2º- Andar Estoque e Vestiário. Fonte: dos Autores, 2024.

Neste pavimento, contamos com um estoque de mais de 30.000 mil itens, além de um confortável refeitório, espaço de lazer e descanso, vestiário feminino, vestiário masculino, banheiros e chuveiros.

F) Pavimento 3 – Cobertura

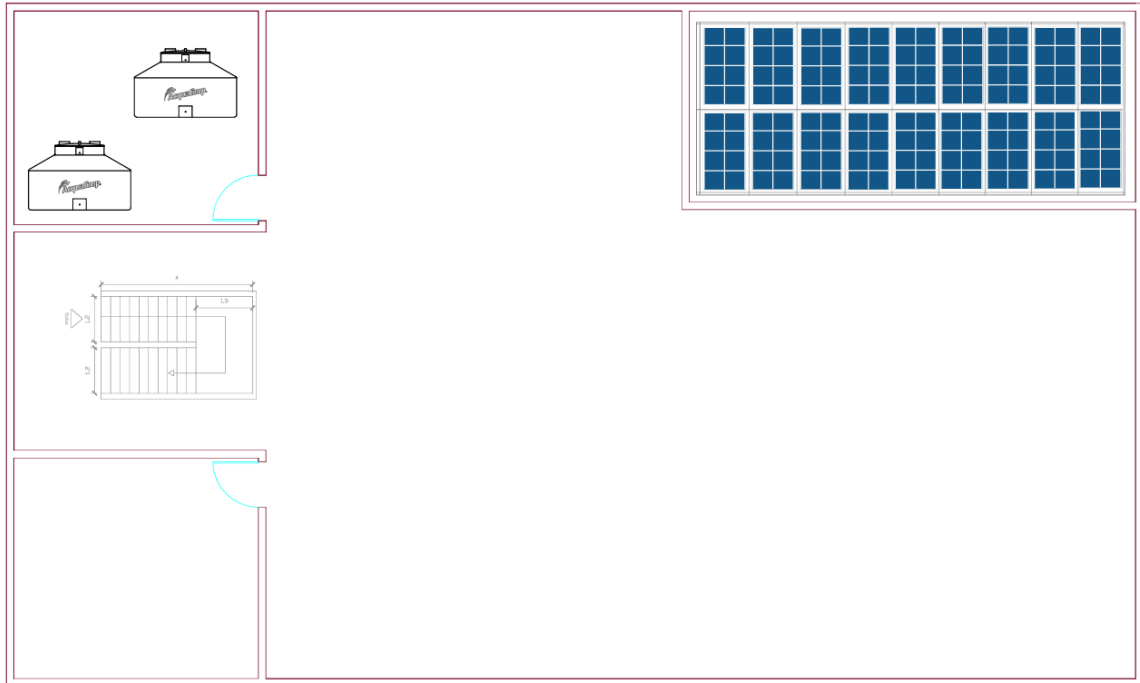


Figura 10: Pavimento 3º- Andar Cobertura. Fonte: dos Autores, 2024.

Neste Pavimento ficam duas caixas d'aguas de 5.000 litros cada uma delas, os painéis de energia fotovoltaica e as casas de máquinas e manutenção.

G) Cortes



Figura 11: Corte AA. Fonte: dos Autores, 2024.

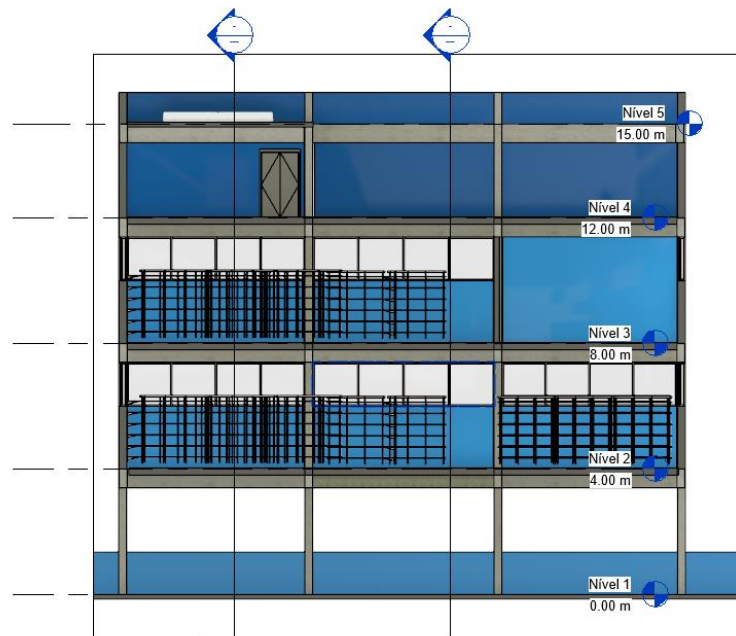


Figura 12: Corte AA. Fonte: dos Autores, 2024.

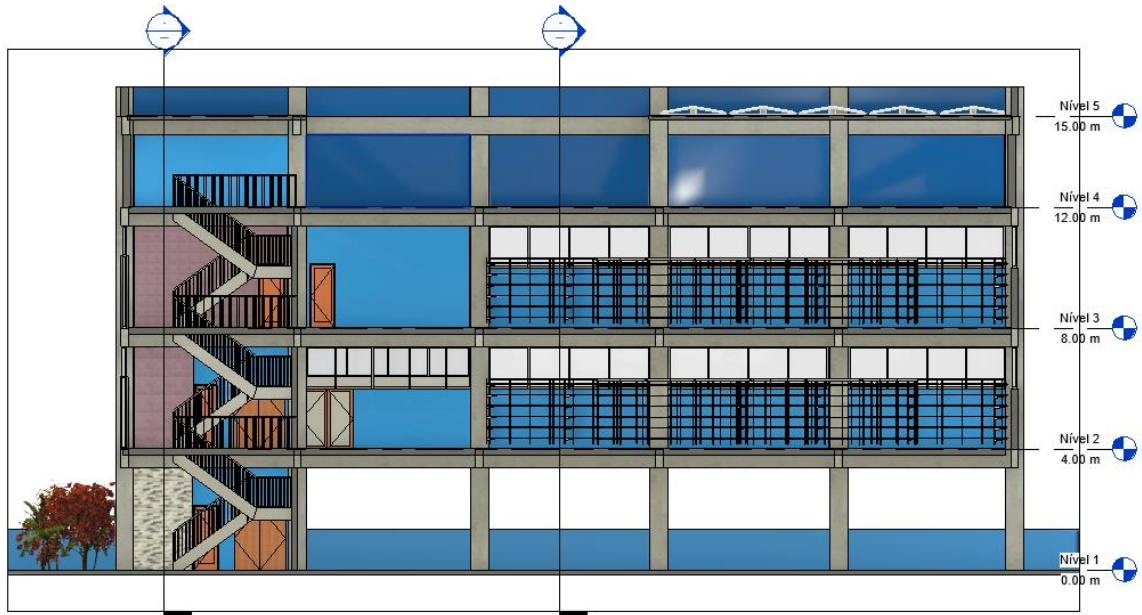


Figura 13: Corte BB Fonte: dos Autores, 2024.

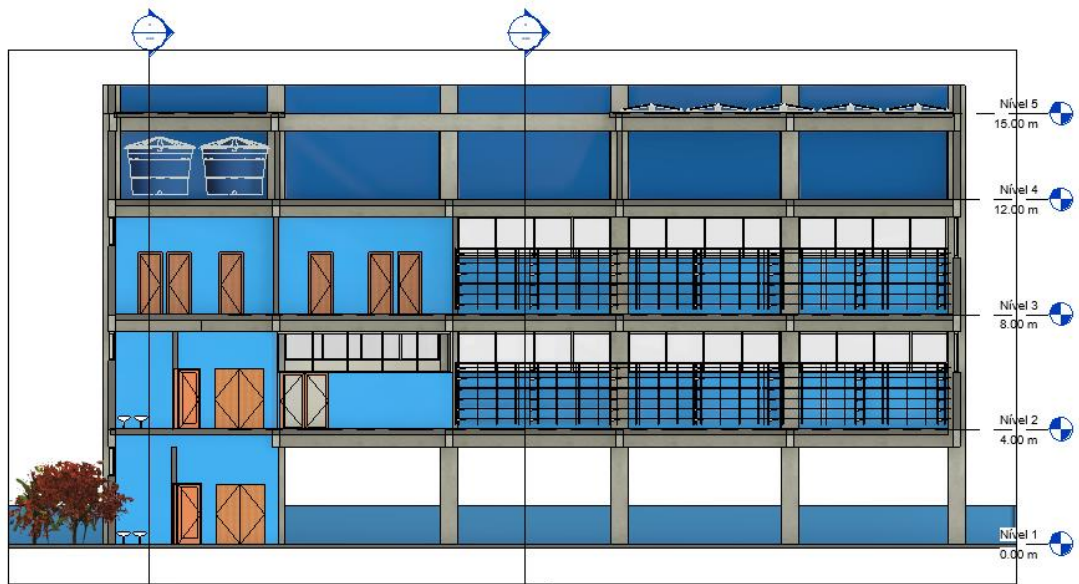


Figura 14: Corte BB Fonte: dos Autores, 2024.

H) Elevação Frontal



Figura 15: Elevação Frontal. Fonte: dos Autores, 2024.

I) Elevação Lateral

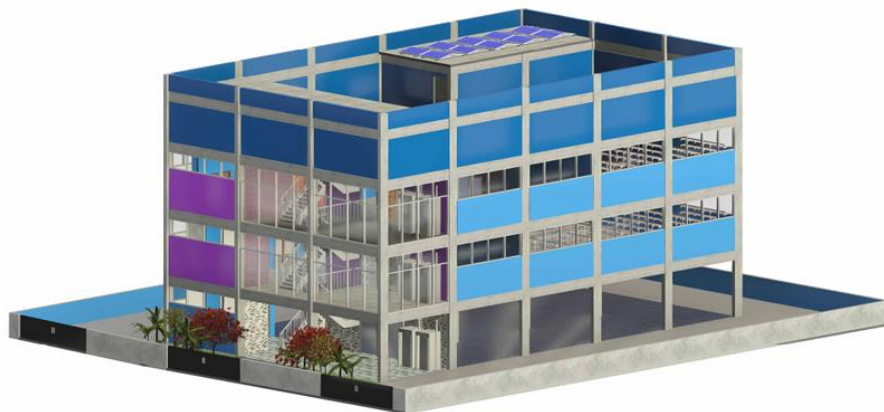


Figura 16: Elevação Lateral Direita. Fonte: dos Autores, 2024

J) Elevação Aérea

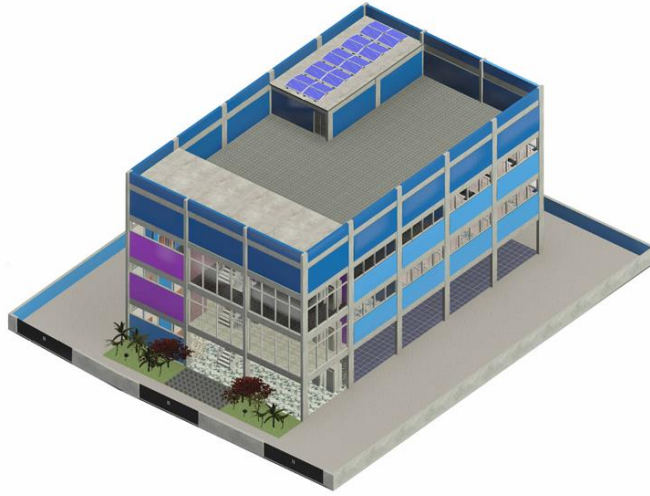


Figura 17 Elevação Aérea. Fonte: dos Autores, 2024

K) Elevação Aérea

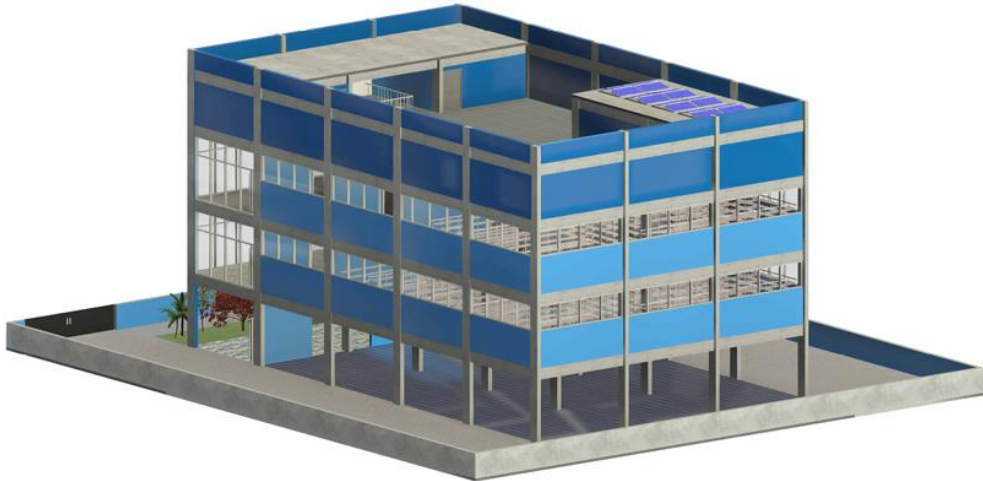


Figura 18 Elevação Posterior. Fonte: dos Autores, 2024

2.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS / CONCLUSÃO

Antes de mais nada, queremos agradecer a todos os professores que passaram em nosso caminho, principalmente a nossa orientadora, Professora Taisa, que durante esses três semestres contribuíram em muito para o nosso desenvolvimento profissional e aprendizado.

Foi cansativo, muitas das vezes ficamos exaustos no decorrer da elaboração do nosso projeto, mas com o sentimento do dever cumprido, da lição aprendida e com a certeza de que somos capazes de criar, projetar, edificar e oferecer a melhor solução construtiva para nossos clientes, parceiros e colaboradores dentro do que é permitido pelo CRT (Conselho Regional dos Técnicos Industriais - SP).

A execução do nosso projeto – *MercadoCar* Santana nos proporcionou uma experiência gigantesca no que se refere a elaboração de projetos como um todo, das normas pertinentes, estudo de público alvo, estudo da concorrência, estudo de viabilidade econômica e do uso de tecnologias na construção.

A loja *MercadoCar* santana, é um projeto arrojado, inovador no mercado, diferente de tudo que já foi visto por aí. Uma idéia única, onde o principal consumidor e os principais profissionais são mulheres, quebrando com todos os paradigmas de que mexer com carro é coisa de homens.

Remodelamos a marca através do nosso projeto arquitetônico e esperamos representar da melhor forma possível, com total satisfação, o público alvo do nosso cliente em estudo.

2.4 ELEMENTOS PÓS TEXTUAIS

ABSTRACT

The construction of the MercadoCar Santana store is a different building from others in this segment, as its purpose is to attract the female target audience, a potential consumer who in recent years has represented a large market share in the consumption of automotive parts and accessories.

Furthermore, women have stood out as professionals who work on the front lines of the most diverse types of automotive services, in the most diverse positions within small and large companies.

Based on this current market panorama, the company Mercadoar decided to innovate and has the goal of creating a network of stores aimed exclusively at women by the beginning of 2026: both for those who consume automotive parts and services, as well as for professionals who work in this area.

Keywords: MercadoCar; Automotive parts and accessories; Practicality and economy.

2.5 REFERÊNCIAS

<https://www.mercadocar.com.br/>

<https://www.cassol.ind.br/concreto-pre-fabricado-saiba-mais-sobre-sua-utilidade-e-beneficios/>

<https://g1.globo.com/empreendedorismo/pegn/noticia/2022/10/30/mulher-luta-contrapreconceito-e-comanda-loja-de-autopecas.ghtml>

<https://novovarejoautomotivo.com.br/cada-vez-mais-protagonistas-mulheres-discutem-temas-relevantes-para-o-aftermarket/>

<https://www.canaldapeca.com.br/blog/mulheres-a-frente-na-oficina-e-na-industria-aftermarket-de-pecas/>