

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

ETEC SYLVIO DE MATTOS CARVALHO

Curso de Técnico em Administração

Ariadny de Oliveira Santos

Beatriz Guarnieri de Souza

Fabiana Salú dos Santos

Gabriel Lucas dos Santos

Isaele Vieira de Souza.

AutoSparkle (Estética Automotiva)

Matão, SP

2025

Ariadny de Oliveira Santos

Beatriz Guarnieri de Souza

Fabiana Salú dos Santos

Gabriel Lucas dos Santos

Isaele Vieira de Souza.

AutoSparkle (Estética Automotiva)

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Estadual Sylvio de Mattos Carvalho, orientado pelo(a) Prof(a) Claudia Francischini, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Técnico em Administração.

**Matão, SP
2025**

Sumário

1. INTRODUÇÃO	4
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. CARACTERÍSTICAS E PROPOSTA DE VALOR DO PRODUTO OU SERVIÇO	11
4. ANÁLISE DE MERCADO	14
5. PLANO DE MARKETING	21
6. DESCRIÇÃO DO PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO E SISTEMAS DE QUALIDADE	27
7. PLANO FINANCEIRO	28
8. OPERAÇÃO	35
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS	40

1. INTRODUÇÃO

A AutoSparkle é uma empresa consolidada no setor de estética automotiva, reconhecida por oferecer não apenas serviços de limpeza, mas uma experiência completa de transformação e personalização de veículos. Nosso propósito é entregar aos clientes muito mais do que um carro limpo: buscamos proporcionar o carro dos seus sonhos, atendendo a diferentes preferências e estilos.

O modelo de negócio de nossa empresa foi estruturado para superar as limitações do processo tradicional de lavagem, substituindo-o pela limpeza a seco, que garante maior eficiência, durabilidade e segurança. Esse diferencial nos permite cuidar até mesmo de áreas em que o uso de água não é recomendado, como por exemplo o motor.

Além disso, adotamos práticas sustentáveis, como a utilização de painéis solares, que reduzem nossos custos energéticos e reforçam nosso compromisso com a responsabilidade ambiental. Entretanto, nossa proposta vai além da limpeza. Trabalhamos com a estética automotiva completa, oferecendo serviços como pintura personalizada, plotagens, instalação de insulfilme por demanda e até recomendações e trocas de rodas e aros, sempre de acordo com o gosto do cliente.

Também disponibilizamos produtos automotivos complementares, como aromatizantes, suportes de celular e acessórios que elevam a experiência de uso do veículo. Dessa forma, conseguimos unir cuidado estético, personalização e praticidade em um único ponto de venda. Com essa estrutura, buscamos nos apresentar como uma empresa sólida, destacando nossos diferenciais, estratégias de fidelização e a relevância do setor em que atuamos.

A escolha pela estética automotiva se justifica pelo seu potencial de crescimento e pela demanda crescente de consumidores que não apenas valorizam a manutenção do veículo, mas também desejam exclusividade, identidade e estilo.

Nosso objetivo é demonstrar como a AutoSparkle se posiciona como uma empresa firme, inovadora e diferenciada, capaz de unir viabilidade financeira, consciência ambiental e a realização do desejo dos clientes de ter um veículo que reflita sua personalidade.

1.1. NATUREZA DO NEGÓCIO

A empresa AutoSparkle insere-se no setor de serviços automotivos, com atuação voltada para a área de estética automotiva. Seu principal produto é a limpeza automotiva a seco, uma alternativa à lavagem convencional que proporciona maior eficiência e durabilidade, além de eliminar riscos associados ao uso excessivo de água, como manchas indesejadas ou danos em componentes sensíveis, a exemplo do motor.

O público-alvo da empresa é formado, sobretudo, por entusiastas do segmento automotivo, indivíduos que consideram o automóvel não apenas um meio de transporte, mas também um objeto de hobby e estilo de vida, investindo tempo e recursos em sua manutenção estética e personalização. Além desse grupo, a AutoSparkle busca atender também clientes em geral que valorizam serviços de limpeza prática, duradoura e de qualidade.

O propósito central do negócio consiste em oferecer mais do que um serviço de limpeza, propondo uma experiência diferenciada que estimule a fidelização por meio da excelência, da praticidade e do cuidado estético com os veículos.

O modelo de receita está estruturado tanto na prestação de serviços de limpeza a seco quanto na comercialização de produtos e serviços complementares de estética automotiva. Entre eles destacam-se a aplicação de insulfilme, serviços de pintura e plotagem personalizadas, recomendações e substituições de rodas e aros, além da venda de acessórios como suportes para celular, carregadores, aromatizantes, panos de microfibra e palhetas de para-brisa.

A estratégia operacional da empresa também contempla a redução de custos por meio da eliminação do uso de água no processo de limpeza e da geração de energia própria, por intermédio da instalação de placas solares. Essa iniciativa possibilita maior controle sobre os gastos fixos, ampliando a margem de lucro e reforçando a sustentabilidade do modelo adotado.

Dessa forma, a AutoSparkle se posiciona no mercado como uma empresa inovadora e diferenciada, que combina tecnologia, qualidade e personalização. Seu objetivo é atender a um público exigente, oferecendo um serviço superior à lavagem tradicional e agregando valor à experiência do cliente, consolidando-se como uma referência no segmento de estética automotiva.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

2.1. PROPOSTA

Diante desse cenário, a definição da missão, visão e valores da AutoSparkle revela-se essencial para consolidar sua identidade organizacional e reforçar os diferenciais do modelo de negócio. A missão da AutoSparkle é fornecer serviços de higienização e estética automotiva de alta performance, priorizando resultados que garantam cuidado detalhado com cada veículo, preservação de estofos e acabamentos internos, e uma experiência diferenciada para o cliente, unindo eficiência, sustentabilidade e personalização. A visão, ao projetar a oferta de serviços de qualidade aliados à comodidade e à sustentabilidade, conecta-se à estratégia da empresa de ampliar a experiência do consumidor por meio de soluções inovadoras, que vão desde práticas ecológicas, como o uso de tecnologias que reduzem o consumo de recursos, até a personalização estética do veículo, incluindo pintura, plotagens e acessórios.

Já os valores de ética, profissionalismo e inovação sustentam uma atuação responsável, transparente e voltada para a melhoria contínua, assegurando que cada serviço entregue esteja alinhado às expectativas do cliente e às demandas de um mercado em constante transformação. Assim, a AutoSparkle não se limita a oferecer um carro limpo, mas propõe uma experiência diferenciada que une cuidado estético, sustentabilidade e personalização, impactando o setor automotivo com uma proposta de valor que combina consciência ambiental e identidade individual.

2.2 ESTRUTURA

A diretoria geral, exercida por Beatriz, é responsável pela liderança estratégica da AutoSparkle, garantindo a integração entre todas as áreas e assegurando que as decisões estejam alinhadas à missão, visão e valores da empresa. Cabe à diretora definir metas, avaliar resultados e representar a organização frente ao mercado,

assegurando que o crescimento ocorra de maneira sólida e sustentável.

O setor de logística e compras é gerido por Isaele, que tem como função planejar e controlar a aquisição de insumos, materiais e equipamentos necessários para a operação. Além disso, é responsável pela negociação com fornecedores, assegurando qualidade nos produtos e economia para a empresa. Sua atuação garante que todos os recursos estejam disponíveis em tempo hábil, contribuindo diretamente para a eficiência dos serviços prestados.

Na área de operações e produção, o gestor Gabriel supervisiona os serviços de higienização e estética automotiva, coordenando a equipe operacional, estabelecendo padrões de qualidade e assegurando o cumprimento dos prazos de entrega. Seu papel é garantir que cada processo seja executado de acordo com as exigências da empresa, promovendo a excelência e a satisfação dos clientes.

O setor financeiro é administrado por Ariadny, que desempenha funções relacionadas ao controle de custos, planejamento orçamentário e análise de viabilidade econômica. Sua responsabilidade é manter a saúde financeira da empresa, garantindo equilíbrio entre receitas e despesas, além de oferecer suporte às decisões estratégicas com base em indicadores econômicos confiáveis.

O setor de marketing e vendas, sob a liderança de Fabiana, é voltado para o fortalecimento da marca e a atração de clientes. Suas responsabilidades incluem o desenvolvimento de campanhas de divulgação, gestão das redes sociais e criação de estratégias de fidelização. Além disso, ela atua na ampliação da presença da AutoSparkle no mercado, assegurando que a proposta inovadora e sustentável da empresa alcance o público-alvo.

Além da equipe de gestão, a AutoSparkle contará com a contratação de colaboradores responsáveis tanto pela execução dos serviços de higienização e estética automotiva quanto pelo atendimento na loja física. Esse reforço permitirá oferecer um suporte especializado aos clientes, garantindo eficiência nas operações e uma experiência de compra diferenciada. Na loja, serão disponibilizados produtos e acessórios para carros e motos, além de serviços estéticos. Com isso, a empresa assegura um portfólio completo que une praticidade, qualidade e exclusividade, consolidando-se como referência no setor automotivo.

2.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Análise SWOT:

- **Forças:** Alta sustentabilidade para economia nos gastos, técnica superior à lavagem tradicional, maior durabilidade da limpeza, público alvo bem definido como a criação de vínculo com um nicho exigente e apaixonado, imagem moderna, eficiente e conectada, ampliação de portfólio com produtos complementares gerando receita recorrente e agregando valor.
- **Fraquezas:** Custo da infraestrutura substancial. Orientação do cliente sobre lavagem a seco para quem não conhecem os benefícios do serviço. Maior dependência na mão de obra qualificada, a técnica exige mão de obra qualificada, o que demanda treinamento e atenção aos detalhes.
- **Oportunidades:** Tendência de personalização automotiva em alta. Avanço tecnológico e barateamento de soluções sustentáveis. Expansão para parcerias com clubes automotivos, eventos e influenciadores. Venda online de acessórios e produtos
- **Ameaças:** Resistência cultural ao abandono da lavagem convencional com água. Concorrência de lava-rápido tradicional com preços baixos por falta de conscientização dos clientes sobre eficácia da limpeza a seco. Crises econômicas que podem reduzir gastos com serviços de estética. Alto custo inicial de implantação de energia solar.

2.4 ESTRUTURA LEGAL

- **Proteção patrimonial:** a responsabilidade dos sócios é limitada ao valor de suas quotas de participação, o que protege o patrimônio pessoal em caso de dívidas ou obrigações da empresa.
- **Flexibilidade operacional:** a LTDA permite uma gestão mais simples e direta, adequada para empresas em crescimento e que ainda não demandam estruturas complexas como a sociedade anônima.
- **Segurança jurídica:** contratos sociais claros estabelecem direitos e deveres de

cada sócio, reduzindo riscos de conflitos.

- **Facilidade de expansão:** com a entrada de novos sócios ou investidores, é possível ajustar o contrato social e distribuir quotas conforme as necessidades de crescimento.

2.5 LOCALIZAÇÃO

Sua localização estratégica encontra-se em uma área comercial destinada ao setor automotivo, situada ao lado de diversas oficinas mecânicas. Localização esta que se identifica na rua Nhonho Magalhães, 549, Vila Santa Cruz. Essa proximidade gera uma importante sinergia entre os serviços, uma vez que os clientes que levam seus veículos para reparos mecânicos podem, no mesmo local, encontrar a opção de realizar cuidados estéticos e de preservação da pintura e do interior, além da possibilidade de encontrar uma loja no mesmo ambiente que proporcione objetos importantes para um automóvel a baixo custo, ou seja, o cliente vai com expectativa direcionada na limpeza do automóvel e encontra muitas outras variedades.

Dessa forma, a localização da AutoSparkle não é apenas um ponto físico, mas sim um fator estratégico que potencializa sua capacidade de atrair e fidelizar clientes.



2.6 MANUTENÇÃO DE REGISTROS

A AutoSparkle mantém um controle rigoroso de seus registros financeiros e operacionais, garantindo transparência e organização em todas as etapas do processo administrativo. As informações referentes a atendimentos, serviços realizados, controle de estoque e movimentações financeiras são devidamente registradas e armazenadas em planilhas digitais e sistemas de controle interno. Esses registros são atualizados de forma contínua, permitindo o acompanhamento detalhado das atividades da empresa e auxiliando na tomada de decisões estratégicas. As planilhas incluem informações sobre entradas e saídas de recursos, custos com produtos e materiais, despesas fixas e variáveis, além dos dados de cada atendimento realizado, como o tipo de serviço, data e responsável técnico. Para assegurar a confiabilidade das informações, os registros são revisados periodicamente e armazenados em ambiente digital com acesso restrito, o que evita perdas de dados e garante a integridade das informações. O uso desse controle interno contribui para a gestão financeira eficiente e para a manutenção de um histórico detalhado das operações da empresa.

2.7 SEGURO E SEGURANÇA

A AutoSparkle adota medidas preventivas para garantir a proteção dos ativos físicos, digitais e a integridade de seus colaboradores e clientes. A empresa possui seguro de responsabilidade civil, que cobre possíveis danos materiais ou pessoais durante a execução dos serviços. Além disso, contamos com seguro de propriedade, assegurando nossas instalações e equipamentos contra sinistros, como incêndios ou furtos.

Para reforçar a segurança, implementamos monitoramento por câmeras em todas as áreas internas e externas, controle de acesso restrito para colaboradores e uso de sistemas digitais com autenticação para proteger informações financeiras e dados dos clientes. Essas ações visam reduzir riscos, manter a confiança e garantir a

continuidade das operações.

2.8 ORGANOGRAMA

O organograma da AutoSparkle ilustra a estrutura hierárquica da empresa, evidenciando as funções e os níveis de responsabilidade. A seguir, a composição:



3. CARACTERÍSTICAS E PROPOSTA DE VALOR DO PRODUTO OU SERVIÇO

O grande diferencial competitivo da AutoSparkle está na qualidade e eficiência de seus serviços, que combinam tecnologia e atenção aos detalhes. A limpeza a seco permite uma higienização profunda, sem agredir a pintura nem os materiais do automóvel, resultando em um acabamento superior e duradouro. Esse método também possibilita a limpeza de partes delicadas, como o motor, onde o uso de água poderia causar danos elétricos ou manchas indesejadas.

Em relação à experiência do cliente, a empresa busca oferecer um serviço que uma funcionalidade e personalização, garantindo um resultado estético diferenciado.

Cada atendimento é pensado para atender tanto ao público entusiasta do mundo automotivo que valoriza a aparência e o desempenho visual do carro, quanto a clientes que simplesmente desejam uma limpeza de qualidade e confiança.

A proposta de valor da AutoSparkle baseia-se em entregar resultados superiores com menor impacto ambiental e custos reduzidos. O serviço resolve problemas comuns das lavagens tradicionais, como o desperdício de água, o risco de manchas e o desgaste precoce da pintura. Além disso, com o uso de energia solar para suprir a demanda elétrica, a empresa reforça seu compromisso com a sustentabilidade e a eficiência energética, reduzindo gastos operacionais e fortalecendo sua imagem responsável diante do mercado.

Dessa forma, a AutoSparkle se consolida como uma empresa inovadora, que alia qualidade, sustentabilidade e personalização em seus serviços. Mais do que uma simples limpeza automotiva, a proposta é oferecer uma experiência de cuidado e valorização do veículo, capaz de gerar confiança, satisfação e fidelidade entre seus clientes.

3.1 USO E APELO DO PRODUTO/SERVIÇO

O portfólio de serviços da AutoSparkle oferece aos clientes uma solução prática e completa para o cuidado estético automotivo, aliada à personalização estética, a empresa atende à crescente demanda por serviços que preservem a durabilidade dos veículos e proporcionem exclusividade e identidade visual.

Além disso, oferece opções de personalização com tintas especiais, películas protetoras e acessórios automotivos exclusivos. Esses produtos não apenas reduzem o consumo de água e preservam acabamentos delicados, mas também permitem resultados personalizados e de alta qualidade.

A conveniência de concentrar múltiplos serviços e produtos em um único ponto de atendimento aumenta a praticidade para o cliente e fortalece a fidelização.

Assim, a AutoSparkle se posiciona como uma solução estratégica em um mercado que valoriza eficiência, consciência ecológica e diferenciação, consolidando sua relevância em um setor em constante expansão.

3.2 ESPECIFICAÇÕES E REQUISITOS TÉCNICOS

PRODUTO/SERVIÇO:

- Limpeza automotiva a seco com produtos biodegradáveis e panos de microfibra
- Atende através de demanda pinturas, vidros, interior, rodas, pneus e até motor.
- Diferencial: elimina uso de água, evitando manchas e oxidação

REQUISITOS/OPERACIONAIS:

- Estrutura: espaço coberto, ventilado e com energia solar.
- Equipe: profissionais treinados em estética automotiva e segurança.
- Fornecedores: produtos certificado e controle de estoque.

NORMAS E REGULAMENTAÇÕES

- Ambientais: uso racional de insumos e descarte correto (CONAMA).
- Segurança: EPIs e cumprimento das NRs aplicáveis.
- Produtos: somente itens registrados em ANVISA/IBAMA.
- Empresa: registrada como LTDA conforme legislação

A AutoSparkle une produtos certificados, equipe qualificada e infraestrutura sustentável para oferecer limpeza automotiva de alto padrão, dentro das normas legais.

3.3 DIFERENCIAL TECNOLÓGICO

A AutoSparkle se posiciona de forma estratégica no mercado de estética automotiva, utilizando tecnologia de ponta para oferecer um serviço de ponta. Ao adotar um modelo sustentável com a limpeza a seco e a implementação de energia solar, a empresa promove uma abordagem inovadora, sem abrir mão da excelência na prestação de serviços. Essa estratégia contribui para a fidelização dos clientes e reforça a credibilidade da marca no mercado, criando um diferencial competitivo importante.

3.4 VANTAGENS COMPETITIVAS

A AutoSparkle atende qualquer tipo de público, mas também preza um perfil bem definido: pessoas que têm o cuidado com o carro como estilo de vida. Isso difere em nossa vantagem competitiva que possibilita à empresa oferecer serviços personalizados e atendimento consultivo, criando vínculos muito fortes com os clientes diferente de muitas outras empresas do setor que focam apenas em volume e rapidez. A AutoSparkle aposta em um atendimento mais próximo e qualificado, valorizando a experiência do cliente.

Outro fator que contribui para sua vantagem competitiva é o portfólio de serviços complementares, como a customização dos carros e venda de acessórios automotivos. Essa estratégia transforma a empresa em um centro completo de estética e personalização veicular, o que amplia o ticket médio e fortalece o nome da empresa dentro do mercado pela sua amplitude abrangente de produtos e serviços.

Em resumo, a vantagem competitiva da AutoSparkle se baseia em cinco pilares principais:

- Um método de limpeza superior e mais seguro.
- Operação com custos reduzidos e responsabilidade ambiental,
- Foco em um público bem definido,
- Atendimento personalizado e especializado,
- E um portfólio completo de produtos e serviços.

4. ANÁLISE DE MERCADO

4.1 CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL

O setor automotivo brasileiro ocupa papel de destaque na economia, englobando desde a produção de veículos até uma ampla rede de serviços complementares, como manutenção, personalização e estética. De acordo com a Fenabreve (2025), o número de veículos emplacados no país cresceu 7% no primeiro semestre, totalizando mais de 2,34 milhões de unidades (AGÊNCIA BRASIL, 2025). Esse desempenho evidencia a relevância do setor, no qual a AutoSparkle atua com uma capacidade média projetada de 300 atendimentos mensais, faturamento

estimado de R\$45.000 e margem líquida aproximada de 38%.

Nos últimos anos, o cenário econômico brasileiro tem se mostrado instável, com inflação elevada, aumento das taxas de juros e valorização significativa dos veículos novos. Essa conjuntura faz com que muitos consumidores adiem a compra de um carro, optando por conservar aqueles já adquiridos. Como consequência, cresce a demanda por serviços de estética automotiva, que passam a ser percebidos não apenas como cuidados estéticos, mas como uma forma estratégica de preservação do patrimônio. Veículos bem cuidados tendem a apresentar maior durabilidade e podem alcançar valorização no mercado de revenda, reforçando a importância de manutenção periódica, proteção da pintura e serviços especializados.

Diante desse contexto, a AutoSparkle se posiciona como referência em estética automotiva, oferecendo soluções que atendem às necessidades de clientes que buscam proteger e valorizar seus veículos mesmo em um ambiente econômico desafiador.

4.2 OPORTUNIDADES E RISCOS

A análise de oportunidades e riscos é essencial para compreender o posicionamento estratégico da AutoSparkle no mercado de estética automotiva. Entre as principais oportunidades, destacam-se o crescimento contínuo do setor automotivo, a valorização do mercado de automóveis usados e a expansão dos serviços automotivos, que movimentam cifras expressivas no Brasil. De acordo com o IBGE (2025), o setor de serviços encerrou 2024 com alta de 3,1% acumulado no ano, registrando o quarto ano consecutivo de crescimento, o que reforça a relevância e o potencial de expansão desse segmento.

Por outro lado, o setor também apresenta riscos consideráveis. A concorrência é intensa, formada por lava-rápidos tradicionais, oficinas mecânicas e empresas já consolidadas, o que exige da AutoSparkle constante inovação. Outro desafio é a sensibilidade do consumidor em períodos de crise econômica, quando serviços de estética automotiva podem ser considerados não essenciais. Somam-se a esses fatores os custos operacionais elevados, a escassez de mão de obra qualificada e a possibilidade de mudanças regulatórias e fiscais que podem demandar adaptações

estruturais.

Adicionalmente, o avanço das tecnologias de detalhamento automotivo, como a nanotecnologia para proteção de pintura e revestimentos inteligentes, representa tanto uma oportunidade quanto um risco: empresas que se adaptarem podem conquistar mercado, enquanto aquelas que não acompanharem a inovação tendem a perder espaço.

Assim, pode-se afirmar que a AutoSparkle se encontra em um cenário desafiador, mas com amplas oportunidades de crescimento e consolidação, especialmente se mantiver sua estratégia de diferenciação e investir em qualidade, inovação e eficiência.

4.3 CLIENTES E CONCORRENTES

O público-alvo da AutoSparkle é composto principalmente por entusiastas do setor automotivo, pessoas que enxergam o cuidado com seus veículos como um hobby e uma forma de expressão pessoal. Esse perfil de cliente tende a valorizar serviços que vão além da simples higienização, buscando qualidade, durabilidade e segurança no processo de limpeza. Nesse sentido, a fidelização torna-se estratégica, uma vez que se consumidores com esse perfil são mais propensos a manter um relacionamento de longo prazo com empresas que entendem suas necessidades específicas.

Entretanto, a AutoSparkle também considera um público secundário: motoristas em geral que, mesmo não sendo apaixonados por automóveis, reconhecem a importância de uma limpeza eficiente, prática e que preserve o valor do veículo. Dessa forma, o público atendido pode ser classificado como híbrido, abrangendo tanto um nicho especializado quanto clientes que buscam conveniência.

Observa-se que a vantagem competitiva da AutoSparkle está na combinação entre qualidade, fidelização e preço justo. Ao integrar eficiência operacional, redução de custos e experiência diferenciada para o cliente, a empresa consegue se posicionar de maneira sólida frente a concorrentes tradicionais e especializados, consolidando sua identidade no mercado de estética automotiva.

4.4 POSIÇÃO DA EMPRESA NO MERCADO

A AutoSparkle se posiciona no mercado de estética automotiva como uma empresa voltada à experiência e fidelização de um público específico, formado majoritariamente por entusiastas do universo automobilístico. Hum das empresas concorrentes que atuam com foco generalista e priorizam volume de atendimento, a AutoSparkle aposta em um modelo de negócio personalizado e de valor agregado, em que cada serviço é pensado para atender às preferências e ao cuidado que os clientes dedicam aos seus veículos.

A estratégia de posicionamento baseia-se em qualidade superior e inovação técnica. A limpeza a seco, principal serviço da empresa, oferece vantagens significativas em relação à lavagem convencional, como maior durabilidade, acabamento refinado e segurança para áreas sensíveis do automóvel. Essa característica reforça a imagem da marca como referência em eficiência e cuidado estético, diferenciando-a das lavagens tradicionais que ainda dependem do uso intensivo de água e apresentam resultados de menor precisão.

No aspecto econômico, a AutoSparkle se destaca pela otimização de custos operacionais, resultado da substituição da água por produtos especializados e do uso de energia fotovoltaica para abastecer seus equipamentos elétricos. Essa estrutura reduz significativamente os gastos fixos, permitindo à empresa praticar preços competitivos, mesmo oferecendo um serviço de padrão superior. Assim, a empresa alia eficiência financeira a um alto nível de qualidade, garantindo um equilíbrio que poucos concorrentes conseguem alcançar.

Além disso, a AutoSparkle reforça sua posição de mercado por meio da diversificação de produtos e serviços, que incluem desde a venda e instalação de insulfilm até trabalhos personalizados de pintura, plotagem e acessórios automotivos. Essa ampliação do portfólio contribui para a fidelização do cliente e para o fortalecimento da marca como um espaço completo de estética e cuidado automotivo. Dessa forma, o posicionamento da AutoSparkle combina inovação, personalização e eficiência, consolidando a empresa como uma alternativa diferenciada no setor de estética automotiva, capaz de atender com excelência tanto os entusiastas quanto os clientes que buscam serviços de alta qualidade e longa durabilidade.

4.5 CARACTERIZAÇÃO DO SETOR

A AutoSparkle está inserida no setor de estética automotiva e serviços de embelezamento de veículos, segmento que integra o amplo mercado automotivo brasileiro. Em 2025, o Brasil possui a maior frota já registrada, com 123,9 milhões de veículos em circulação, crescimento de 4% em relação ao ano anterior, de acordo com dados da Secretaria Nacional de Trânsito (Senatran), divulgados em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe). (1) O aumento do número de veículos no país impulsiona a demanda por serviços que garantam conservação, valorização e personalização.

Ranking (variação %)

Tipo de veículo	Variação anual	
UTILITÁRIO	219.918	+13,9%
QUADRICICLO	37	+12,1%
MOTONETA	468.214	+8,2%
CICLOMOTOR	38.997	+8,1%
REBOQUE	153.156	+6,8%
CAMINHÃO TRATOR	55.534	+6,2%
SEMI-REBOQUE	80.538	+6,2%
TRATOR RODAS	2.169	+5,7%
CAMINHONETE	522.564	+5,5%
CAMIONETA	231.314	+5,3%
MOTOCICLETA	1.367.225	+5,1%
TOTAL BRASIL	4.746.863	+4,0%
TRICICLO	1.745	+3,9%
ÔNIBUS	21.984	+3,1%
MICROÔNIBUS	11.657	+2,6%
AUTOMÓVEL	1.497.037	+2,4%
CAMINHÃO	70.572	+2,3%
TRATOR ESTEIRA	1	+0,4%
SIDE-CAR	9	+0,1%
BONDE	-	0,0%
CHASSI PLATAFORMA	(12)	-0,7%
OUTROS	4.204	+12,1%

Ranking (variação absoluta)

Tipo de veículo	Variação anual	
TOTAL BRASIL	4.746.863	+4,0%
AUTOMÓVEL	1.497.037	+2,4%
MOTOCICLETA	1.367.225	+5,1%
CAMINHONETE	522.564	+5,5%
MOTONETA	468.214	+8,2%
CAMIONETA	231.314	+5,3%
UTILITÁRIO	219.918	+13,9%
REBOQUE	153.156	6,78%
SEMI-REBOQUE	80.538	6,17%
CAMINHÃO	70.572	2,29%
CAMINHÃO TRATOR	55.534	6,22%
CICLOMOTOR	38.997	8,06%
ÔNIBUS	21.984	3,10%
MICROÔNIBUS	11.657	2,62%
TRATOR RODAS	2.169	5,65%
TRICICLO	1.745	3,92%
QUADRICICLO	37	12,05%
SIDE-CAR	9	0,10%
TRATOR ESTEIRA	1	0,43%
BONDE	0	0,00%
CHASSI PLATAFORMA	-12	-0,73%
OUTROS	4.204	+12,1%

Ranking de participação (%)

Tipo de veículo	dez/24	
TOTAL BRASIL	123.974.520	100,0%
AUTOMÓVEL	63.300.408	51,1%
MOTOCICLETA	28.295.262	22,8%
CAMINHONETE	10.046.145	8,10%
MOTONETA	6.208.478	5,01%
CAMIONETA	4.571.960	3,69%
CAMINHÃO	3.158.606	2,55%
REBOQUE	2.411.954	1,95%
UTILITÁRIO	1.800.632	1,45%
SEMI-REBOQUE	1.386.907	1,12%
CAMINHÃO TRATOR	948.214	0,76%
ÔNIBUS	730.316	0,59%
CICLOMOTOR	522.827	0,42%
MICROÔNIBUS	466.177	0,37%
TRICICLO	46.211	0,04%
TRATOR RODAS	40.551	0,03%
SIDE-CAR	8.801	0,01%
CHASSI PLATAFORMA	1.624	0,00%
QUADRICICLO	344	0,00%
TRATOR ESTEIRA	238	0,00%
BONDE	42	0,00%
OUTROS	39.027	0,03%

Fonte: BRASIL. Ministério dos Transportes. Frota de veículos 2025. Disponível em:

<https://estradao.estadao.com.br/caminhoes/frota-brasileira-passa-de-123-milhoes-de-veiculos-caminhoes-e-onibus-sao-4-do-total/> Acesso em: 29 out. 2025.

Nos últimos anos, o setor de estética automotiva apresentou crescimento expressivo, impulsionado tanto pela busca dos consumidores por manter seus veículos em bom estado de conservação quanto pela percepção do automóvel como um patrimônio que pode ter seu valor de revenda ampliado por meio de cuidados estéticos. A profissionalização das empresas e a introdução de tecnologias de ponta, como a vitrificação de pintura, o polimento técnico e os produtos nano tecnológicos, têm elevado o padrão de qualidade dos serviços oferecidos.

Portanto, o setor de estética automotiva no qual a AutoSparkle está inserida apresenta perspectivas positivas de crescimento contínuo, sustentado pela

combinação entre o aumento da frota, a preocupação crescente com a conservação do patrimônio e as tendências de inovação tecnológica e sustentabilidade.

4.6 LIMITAÇÕES E ENTRAVES DO SETOR

Apesar do crescimento e do potencial de expansão, o setor de estética automotiva enfrenta diversas limitações e desafios que impactam diretamente seu desenvolvimento.

Um dos principais entraves está relacionado às questões regulatórias e ambientais. Muitas empresas ainda encontram dificuldades para se adequar às normas de uso consciente da água e ao correto descarte de resíduos químicos utilizados em processos de limpeza e conservação. A ausência de uma regulamentação unificada e específica para o setor gera insegurança e abre espaço para práticas informais, o que pode comprometer a credibilidade e a competitividade das empresas que atuam de forma regularizada.

Outro desafio é a barreira tecnológica. Embora novas técnicas e produtos, como os revestimentos nano tecnológicos e as lavagens ecológicas, tragam benefícios ao mercado, a adoção dessas inovações exige investimentos constantes em capacitação profissional e aquisição de equipamentos modernos. Pequenos empreendedores muitas vezes não dispõem de capital suficiente para acompanhar o ritmo de modernização, ficando em desvantagem competitiva diante de empresas maiores e mais estruturadas.

No campo econômico, o setor também sofre influência direta de fatores como instabilidade financeira, aumento dos custos de insumos importados e variações no poder de compra da população. Em períodos de crise, os serviços de estética automotiva, por serem considerados complementares, tendem a ser reduzidos pelas famílias, o que afeta a rentabilidade das empresas.

Além disso, a informalidade é um entrave relevante. Muitos prestadores atuam sem registro legal, o que, além de reduzir a arrecadação tributária, gera concorrência desleal com as empresas formalizadas, que assumem custos trabalhistas e fiscais.

Portanto, embora o setor de estética automotiva apresente oportunidades de crescimento, ele também enfrenta limitações estruturais, econômicas e regulatórias

que precisam ser superadas para garantir a sustentabilidade e a profissionalização das empresas a longo prazo.

4.7 BARREIRAS DE ENTRADA NO MERCADO

- **Altos Custos Iniciais:** Investimento pesado em equipamentos especializados, energia solar e infraestrutura.
- **Tecnologia Especializada:** Necessidade de treinamento qualificado e equipamentos de ponta para oferecer serviços de qualidade.
- **Lealdade dos Clientes Existentes:** Clientes fidelizados pela qualidade e experiência da AutoSparkle, tornando difícil a conquista de novos clientes.
- **Dificuldade em Obter Fornecedores:** Construir parcerias sólidas e garantir fornecimento de produtos especializados pode ser complicado para novos concorrentes.
- **Concorrência com Modelos Tradicionais:** As lavagens convencionais ainda são populares e oferecem serviços mais baratos e rápidos, criando resistência a mudança.
- **Regulação e Licenciamento:** Necessidade de certificações e conformidade com regulamentações locais para operar de forma legal.

4.8 PANORAMA ATUAL E PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO SETOR

O setor de estética automotiva está crescendo, com consumidores buscando não apenas limpeza, mas também personalização e cuidados de alta qualidade para seus veículos. A preferência por soluções sustentáveis, como a limpeza a seco, está em alta, pois evita o uso excessivo de água e oferece resultados duradouros e superiores. Além disso, há uma crescente demanda por serviços personalizados, como instalações de insulfilm e troca de rodas.

Inovações tecnológicas, como a energia solar para reduzir custos operacionais, estão ajudando as empresas a se alinharem com as expectativas ambientais e a

melhorar a eficiência. As regulamentações ambientais também impulsionam o uso de práticas sustentáveis, tornando a limpeza a seco uma opção ainda mais relevante.

5. PLANO DE MARKETING

5.1 ESTRATÉGIAS DE RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO-ALVO

A fidelização de clientes é um dos pilares centrais da estratégia Da AutoSparkle, cuja proposta de valor se baseia na entrega de serviços de estética automotiva de alta qualidade e na criação de uma experiência diferenciada para entusiastas do segmento automotivo. Atrair e manter esse público exige uma abordagem que vá além da simples oferta de serviços, envolvendo comunicação eficiente, relacionamento próximo e posicionamento digital consistente.

Para atrair novos clientes, a AutoSparkle aposta em campanhas publicitárias direcionadas e personalizadas, explorando as redes sociais como principal canal de divulgação. Plataformas como Instagram, Facebook e TikTok serão utilizadas para exibir resultados visuais de serviços realizados, evidenciando o brilho e a qualidade proporcionados pela limpeza a seco. Além disso, conteúdo em formato de vídeo curto como demonstrações de “antes e depois” serão utilizados para despertar curiosidade e credibilidade, mostrando de maneira prática a superioridade técnica do método em relação à lavagem tradicional.

O marketing de influência também se apresenta como uma ferramenta estratégica, especialmente por se tratar de um público entusiasta e engajado com o universo automotivo. Parcerias com criadores de conteúdo voltados a carros personalizados, competições e eventos automobilísticos podem ampliar o alcance da marca, conectando a AutoSparkle a comunidades já consolidadas nesse segmento.

Além da atração, a retenção de clientes é essencial para consolidar a fidelidade e garantir estabilidade financeira. Nesse sentido, serão implementados programas de fidelidade e benefícios progressivos, como descontos acumulativos, brindes exclusivos e pacotes promocionais para serviços recorrentes. Outra ação relevante é o investimento em marketing de relacionamento, mantendo um canal de comunicação

ativo com os clientes por meio de mensagens personalizadas, lembretes de manutenção estética e promoções sazonais.

A AutoSparkle também pretende utilizar ferramentas de análise de dados e monitoramento digital, permitindo compreender o comportamento e as preferências dos consumidores. Essa prática possibilita uma segmentação mais precisa das campanhas, aumentando sua efetividade e otimizando o investimento em publicidade.

Por fim, o foco da AutoSparkle não se restringe apenas à divulgação, mas à construção de uma marca sólida e confiável. A comunicação visual da empresa, o atendimento personalizado e a consistência na qualidade dos serviços são fatores que fortalecem a percepção de valor e reforçam o vínculo emocional com o cliente. Dessa forma, a combinação entre inovação, presença digital e relacionamento contínuo garante que a AutoSparkle não apenas conquiste novos clientes, mas mantenha uma base fiel, engajada e promotora da marca.

5.2 ESTRATÉGIAS DE VENDAS

As estratégias de venda adotadas pela AutoSparkle foram elaboradas com base na compreensão do comportamento e das preferências do público-alvo, formado majoritariamente por entusiastas automotivos e consumidores que valorizam serviços de estética de alta qualidade. Assim, o modelo de vendas da empresa combina abordagem consultiva, relacionamento personalizado e presença digital ativa, visando não apenas a realização de uma venda pontual, mas o estabelecimento de vínculos duradouros com o cliente.

O modelo de vendas é predominantemente direto e híbrido, mesclando o atendimento presencial em nossa oficina com interações digitais mediadas por redes sociais e plataformas de comunicação. O objetivo é garantir praticidade e proximidade: o cliente pode conhecer os serviços online, solicitar orçamentos e agendar horários sem precisar se deslocar até o local, facilitando o processo de decisão e melhorando a experiência de compra.

Em relação aos canais de venda, a AutoSparkle utiliza tanto canais online quanto offline. No ambiente digital, destacam-se as redes sociais especialmente Instagram, Facebook e WhatsApp Business, que funcionam como vitrines virtuais e

meios de atendimento direto. Nessas plataformas, são divulgados conteúdos de demonstração, depoimentos de clientes e resultados de serviços realizados, o que reforça a credibilidade da marca e estimula o interesse dos seguidores. Além disso, o site institucional serve como canal oficial de agendamento e contato, integrando informações sobre serviços, preços e promoções vigentes.

No ambiente físico, a oficina funciona como um ponto de venda e de experiência, onde o cliente pode acompanhar de perto os processos, conhecer os produtos utilizados e interagir com os profissionais. Essa imersão reforça a transparência e gera confiança, atributos fundamentais para a conversão e fidelização.

Quanto às táticas de conversão de leads em clientes, a AutoSparkle adota uma abordagem baseada em engajamento e personalização. Inicialmente, potenciais clientes são atraídos por meio de campanhas segmentadas e conteúdo informativo, que despertam curiosidade sobre os benefícios da limpeza a seco. A partir desse primeiro contato, a empresa busca nutrir o relacionamento através de respostas rápidas, comunicação humanizada e propostas personalizadas.

O uso de automação de marketing e ferramentas de CRM (Customer Relationship Management) também se mostra fundamental para acompanhar o ciclo de compra, identificar oportunidades e compreender em qual etapa o cliente se encontra desde o interesse inicial até o fechamento da venda. Essa análise permite o envio de mensagens direcionadas, como descontos específicos, lembretes de revisão estética ou convites para promoções sazonais.

Por fim, a AutoSparkle entende que a conversão não se encerra com a venda, mas se estende à pós-venda, etapa essencial para o fortalecimento da relação com o cliente. A oferta de suporte contínuo, feedbacks sobre o serviço e incentivos à recompra como programas de fidelidade e descontos progressivos garantem que o cliente se sinta valorizado e estimulado a retornar.

5.3 ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO

As estratégias de distribuição da AutoSparkle foram desenvolvidas com o objetivo de garantir que os serviços e produtos cheguem ao consumidor final com eficiência, qualidade e praticidade. Por atuar no setor de estética automotiva, o foco

da distribuição está na prestação direta do serviço de limpeza a seco, realizada na própria oficina, onde o cliente tem acesso a um atendimento personalizado e acompanhamento de todo o processo.

O canal principal de distribuição é o direto, eliminando intermediários e permitindo maior controle sobre a experiência do consumidor. Os agendamentos são feitos por meio de canais digitais, como Instagram, WhatsApp Business e o site oficial, que também funcionam como pontos de contato e divulgação dos serviços. Paralelamente, a empresa mantém um canal online complementar para a venda de produtos automotivos, como panos de microfibra, aromatizantes e acessórios, oferecendo opção de retirada presencial ou entrega domiciliar.

A logística adotada prioriza o controle interno e a agilidade. O estoque é mantido em pequena escala, sendo reabastecido conforme a demanda, o que reduz custos e evita desperdícios. Para as entregas externas, a AutoSparkle utiliza parcerias com transportadoras locais e serviços de entrega rápida, assegurando eficiência no envio dos produtos vendidos pela loja virtual.

Por fim, a localização estratégica da oficina em área de fácil acesso e grande fluxo de veículos favorece a visibilidade da marca e o aumento do público. A empresa também busca ampliar sua presença em eventos automotivos e feiras do setor, promovendo demonstrações de seus serviços e fortalecendo a relação direta com o público-alvo. Assim, a AutoSparkle combina eficiência logística, presença digital e proximidade com o cliente, consolidando uma distribuição moderna e integrada.

5.4 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

A estratégia de marketing da AutoSparkle é baseada na oferta de produtos e serviços de alto valor percebido. O serviço principal é a limpeza a seco premium, que pode ser complementada por serviços adicionais como insulfilm, plotagem, pintura personalizada e consultoria para rodas e aros, além da venda de produtos automotivos de uso cotidiano, como suportes de celular, aromatizantes, panos de microfibra e palhetas de para-brisa. Quanto à precificação, a empresa adota uma estratégia premium, em que o preço reflete a qualidade, eficiência e inovação do serviço. Os pacotes são estruturados para atender diferentes perfis de clientes: o pacote standard

inclui a limpeza a seco básica, o pacote premium engloba a limpeza completa, incluindo motor, proteção de pintura e serviços opcionais, e o pacote entusiasta abrange serviços complementares e atendimento personalizado. Programas de fidelização, como cartões de cliente frequente e descontos por indicação, reforçam o vínculo com o público-alvo.

A distribuição dos serviços se dará inicialmente por meio de uma oficina própria, localizada estrategicamente para facilitar o acesso dos clientes. Em etapas futuras, está prevista a expansão para serviços móveis, oferecendo a possibilidade de lavagem a seco em domicílio ou em eventos automotivos. A comunicação e promoção da marca envolvem múltiplos canais, incluindo redes sociais como Instagram, TikTok e YouTube, onde conteúdos de demonstração do serviço e resultados visuais são veiculados, além da participação em eventos de carros e parcerias com lojas de acessórios automotivos e concessionárias premium. Complementarmente, campanhas digitais, como Google ADS e otimização para mecanismos de busca (SEO), visam atingir clientes em potencial na região de atuação.

Entre as campanhas sugeridas, destacam-se a promoção da segurança e durabilidade da lavagem a seco, a comunicação sobre os benefícios ambientais e econômicos do uso de energia solar e economia de água, a criação do programa de fidelidade “Clube AutoSparkle”, campanhas visuais de “Antes e Depois” e parcerias com influenciadores locais especializados em automóveis. As estratégias digitais incluem a produção de conteúdo semanais com dicas de manutenção automotiva, demonstração de resultados e depoimentos de clientes, além de artigos em blog e e-mails marketing sobre novidades, promoções e lançamentos de produtos e serviços.

O desempenho das ações de marketing será avaliado por meio de métricas como o número de clientes fidelizados mensalmente, a taxa de conversão de novos clientes provenientes das campanhas digitais, o retorno sobre investimento (ROI) em marketing digital, o engajamento nas redes sociais e o crescimento da receita mensal, incluindo o ticket médio por cliente. A combinação de serviços de alta qualidade, inovação tecnológica e programas de fidelização visa consolidar a AutoSparkle como referência em estética automotiva premium, oferecendo uma experiência diferenciada que une eficiência, sustentabilidade e cuidado com cada detalhe do veículo.

5.5 METAS E PRAZOS

A AutoSparkle busca consolidar-se como referência regional em estética automotiva e personalização veicular, unindo tecnologia, qualidade e sustentabilidade financeira. O plano de marketing tem como objetivo fortalecer a marca, ampliar a base de clientes e fidelizar o público apaixonado por automóveis, que valoriza o cuidado e a exclusividade. As metas e prazos foram definidos de forma estratégica, garantindo crescimento sólido e alinhado ao propósito da empresa.

Metas de curto prazo (0 a 6 meses): Aumentar a base de clientes em 30%, por meio de campanhas digitais e divulgação em redes sociais, com foco nos diferenciais da limpeza a seco e do atendimento personalizado.

- Fidelizar 50% dos clientes atendidos, utilizando o registro de serviços realizados para oferecer retornos personalizados, pacotes promocionais e acompanhamento de manutenção estética.
- Fortalecer a identidade da marca, com padronização visual, uniformes, fachada e materiais gráficos, além da comunicação digital alinhada à imagem de empresa moderna, eficiente e confiável.
- Divulgar o diferencial da limpeza a seco, destacando seus benefícios em comparação à lavagem tradicional, principalmente a segurança em áreas sensíveis, como o motor.

Metas de médio prazo (6 a 12 meses): Ampliar a presença da marca no mercado local, firmando parcerias com oficinas, estacionamentos e concessionárias, aproveitando a localização estratégica ao lado de centros automotivos.

- Aumentar o engajamento online em 60%, por meio de vídeos mostrando o “antes e depois” dos serviços, depoimentos de clientes e conteúdos sobre personalização automotiva.
- Implantar campanhas de fidelização, como o “Clube AutoSparkle”, com descontos progressivos e bônus por indicações.
- Participar de eventos automotivos regionais, para divulgar a marca e fortalecer o relacionamento com o público entusiasta de carros.

Metas de longo prazo (1 a 2 anos): Expandir o atendimento para cidades vizinhas, mantendo o mesmo padrão de qualidade, atendimento e tecnologia.

- Lançar uma loja virtual com venda de acessórios automotivos, como aromatizantes, suportes, palhetas e produtos de limpeza, aumentando a receita e a visibilidade da marca.
- Consolidar a AutoSparkle como referência regional em estética automotiva,

reconhecida pela inovação, atendimento especializado e resultados superiores.

- Desenvolver campanhas institucionais de credibilidade, destacando o uso de energia solar, a eficiência operacional e o compromisso com a satisfação do cliente.
- Monitoramento e avaliação: As metas serão avaliadas trimestralmente, com base em indicadores de desempenho, como número de novos clientes, taxa de retorno, engajamento digital e faturamento. A cada período, serão feitas revisões estratégicas para otimizar investimentos e ajustar ações conforme o comportamento do mercado.

6. DESCRIÇÃO DO PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO E SISTEMAS DE QUALIDADE

Etapas do Desenvolvimento:

- **Concepção:** Estudo de mercado escolhas de insumos biodegradáveis e definição do modelo de negócio.
- **Testes:** Validação de produtos e técnicas de aplicação.
- **Padronização:** Criação de POPs e treinamento da equipe.
- **Implementação:** Operação piloto e coleta de feedbacks
- **Entrega final:** Serviços de alta qualidade, com atendimento personalizado e registros de resultados.

Tecnologia Utilizada:

- Produtos biodegradáveis e certificados.
- Equipamentos como pulverizadores, microfibras e aspiradores.
- Sistema digital de agendamento e gestão de clientes.

Cronograma:

- Planejamento e seleção de insumos: 1º ao 2ºmês.
- Testes e padronização: 3º ao 5ºmês.
- Treinamento e piloto: 6º ao 7ºmês.
- Operação plena e expansão: a partir do 8ºmês.

Sistema de Qualidade:

- Referência em ISSO 9001 e normas ambientais (CONAMA).
- Controle por checklists, inspeção final e pesquisas de satisfação.
- Indicadores de desempenho (tempo, retrabalho, avaliação do cliente).

- Treinamento contínuo para garantir padrões elevados.

7. PLANO FINANCEIRO

7.1 INVESTIMENTO INICIAL

A definição dos valores necessários para a abertura da empresa é uma etapa fundamental no planejamento inicial da AutoSparkle. O investimento total de R\$ 94.540,00 reúne todos os custos indispensáveis para que o empreendimento inicie suas atividades de forma regularizada, estruturada e operacional. Entre esses valores estão incluídos os gastos com formalização empresarial, como a obtenção do CNPJ e o registro da marca, que garantem a legalidade e proteção do negócio desde o início.

Além disso, são considerados os investimentos em infraestrutura e adequação do espaço físico, envolvendo reforma, decoração e instalação de sistemas de segurança. A aquisição de maquinários, materiais automotivos e produtos tanto para a operação quanto para a loja também compõem parte significativa do custo, assim como a implementação de painéis solares, que contribuem para eficiência energética e redução futura de despesas. Por fim, o valor engloba mão de obra qualificada, que se inicia com um valor de R\$12mil por ser uma área que necessita de profissionais com um currículo abrangente e experiências na área, sendo dois deles operacionais, e um supervisor das funções além do atendimento ao público, salários administrativos, sistemas e a locação inicial do estabelecimento.

Empresa constituída como (ME) Microempresa, garante um enquadramento adequado que facilita a organização financeira da empresa uma vez que a receita anual de ME's chega até R\$360mil, ajudando principalmente em seus primeiros anos de atividade.

DESCRIÇÃO	VALOR
CNPJ	R\$ 1.500,00
REGISTRO DA MARCA	R\$ 440,00
MAO DE OBRA QUALIFICADA	R\$ 12.000,00
ATENDIMENTO AO PÚBLICO	R\$ 1.600,00
PAINÉIS SOLARES	R\$ 30.000,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 2.500,00
MAQUINARIO (elevador, rampa, compressor...)	R\$ 15.000,00
PRODUTOS PARA LOJA	R\$ 5.000,00
REFORMA (pintura, parte elétrica...)	R\$ 15.000,00
DECORAÇÃO	R\$ 1.000,00
MATERIAS E PEÇAS AUTOMOTIVAS (insulfilm, plotagem)	R\$ 5.000,00
CUSTO COM SISTEMAS	R\$ 1.000,00
SISTEMAS DE SEGURANÇA (câmera, alarme)	R\$ 3.000,00
LOCAÇÃO INICIAL	R\$ 1.500,00
ABERTURA DA EMPRESA=	R\$ 94.540,00

7.2 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

A projeção de fluxo de caixa demonstra dados levantados a partir do mês de janeiro de 2025, que, por sua vez, a AutoSparkle ainda estava em fase de estruturação, e isso fica evidente pelo volume elevado de despesas iniciais. Custos como abertura da empresa, aluguel, salários e aquisição de materiais representaram uma parte significativa das saídas.

Os valores referentes aos insumos e aos serviços prestados no primeiro mês de operação apresentam-se reduzidos, mesmo diante da possibilidade de custos mais elevados. Essa escolha busca manter a empresa acessível durante sua fase inicial, permitindo que ela se estruture no setor antes de assumir despesas maiores.

Somando todos esses valores, as despesas chegaram a R\$ 114.240,00 no período. Por outro lado, as receitas vieram principalmente da prestação de serviços como lavagens, aplicação de insulfilm, plotagem e vendas da loja, totalizando R\$ 4.300,00. Embora esse valor seja relativamente baixo em comparação às saídas, ele é compatível com o início das operações, quando o fluxo de clientes ainda está em desenvolvimento.

O caixa final registrado em 31 de janeiro foi de R\$ 5.300,00, demonstrando que a empresa ainda possui recursos disponíveis para seguir com suas atividades nos

próximos meses. Essa diferença se explica pelo capital aplicado na abertura e pela reserva financeira planejada para sustentar a operação até que o movimento de clientes aumente gradualmente.

-DATA	MÊS	TIPO	DESCRIÇÃO	VALOR
01/01/2025	JAN	SAÍDA	ABERTURA DA EMPRESA	R\$ 94.540,00
01/01/2025	JAN	SAÍDA	ALUGUEL JAN	R\$ 1.500,00
01/01/2025	JAN	SAÍDA	SALÁRIO JAN	R\$ 15.000,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	LAVAGEM A SECO COMPLETA	R\$ 150,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	LAVAGEM A SECO COMPLETA	R\$ 150,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	LAVAGEM A SECO COMPLETA	R\$ 150,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	LAVAGEM A SECO COMPLETA	R\$ 150,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	LAVAGEM PREMIUM	R\$ 200,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	APLICAÇÃO DE INSUFILM	R\$ 200,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	APLICAÇÃO DE INSUFILM	R\$ 200,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	APLICAÇÃO DE INSUFILM	R\$ 200,00
12/01/2025	JAN	ENTRADA	APLICAÇÃO DE INSUFILM	R\$ 200,00
13/01/2025	JAN	SAÍDA	PRODUTO LIMPEZA	R\$ 700,00
13/01/2025	JAN	SAÍDA	MERCAD. PRODUTOS DA LOJA	R\$ 800,00
13/01/2025	JAN	SAÍDA	MERCAD. PEÇA AUTOMOTIVA	R\$ 700,00
15/01/2025	JAN	SAÍDA	CONTA ENERGIA JAN	R\$ 500,00
15/01/2025	JAN	SAÍDA	CONTA DE ÁGUA	R\$ 500,00
18/01/2025	JAN	ENTRADA	PLOTAGEM	R\$ 1.500,00
20/01/2025	JAN	ENTRADA	SERVIÇOS PREMIUM	R\$ 1.000,00
28/01/2025	JAN	ENTRADA	LOJA	R\$ 200,00

DATA	MES	DESCRIÇÃO	VALOR
31/01/2025	JAN	CAIXA	R\$ 5.300,00

7.3 DRE (DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO)

A análise do DRE (Demonstração de Resultado de Exercício) da AutoSparkle no início das operações começa pela receita bruta, que totalizou R\$23.500,00. Esse

valor representa todo o faturamento obtido com a venda de serviços e demais atividades operacionais da empresa. Sobre esse montante, foram descontados R\$ 940,00 referentes aos impostos incidentes sobre as vendas, chegando assim à receita líquida de R\$22.560,00. Esse passo é importante porque demonstra o valor real que a empresa recebe depois de cumprir suas obrigações tributárias.

Em seguida, o cálculo avança para o Custo das Mercadorias Vendidas (CMV), que somou R\$2.200,00. Esse custo inclui os materiais e insumos necessários para a execução dos serviços oferecidos. Após essa dedução, o lucro bruto registrado foi de R\$20.360,00, indicando o quanto a empresa gerou antes de considerar seus gastos operacionais.

Na parte das despesas, foram contabilizados R\$100,00 em despesas com vendas e R\$16.200,00 em despesas gerais e administrativas, que englobam gastos essenciais para o funcionamento diário da empresa. Já os campos de despesas financeiras e receitas financeiras permaneceram zerados. Isso acontece porque, no início das operações, a AutoSparkle não recorreu a capital de terceiros, como empréstimos ou financiamentos. Portanto, não houve juros a pagar nem receitas provenientes de aplicações financeiras, justificando a ausência desses valores no DRE.

Após todas essas considerações, o lucro líquido apurado foi de R\$4.060,00. Esse resultado mostra que, mesmo com os custos e despesas envolvidos na fase inicial de funcionamento, a empresa conseguiu encerrar o período com um desempenho positivo.

Janeiro	
DRE	R\$
(+) Receita bruta	R\$ 23.500,00
(-) Impostos sobre a venda	R\$ 940,00
(=) Receita líquida	R\$ 22.560,00
(-) Custo das mercadorias vendidas	R\$ 2.200,00
(=) Lucro bruto	R\$ 20.360,00
(-) Despesas com venda	R\$ 100,00
(-) Despesas financeiras	R\$ 0,00
(+) Receita financeira	R\$ 0,00
(-) Despesas gerais e adm	R\$ 16.200,00
(=) Lucro Líquido	R\$ 4.060,00

7.4 TIR (TAXA INTERNA DE RETORNO), VPL (VALOR PRESENTE LÍQUIDO) E PAYBACK

A análise de viabilidade econômica do projeto foi realizada por meio de três indicadores fundamentais: o Valor Presente Líquido (VPL), a Taxa Interna de Retorno (TIR) e o Payback. Esses indicadores ajudam a avaliar se o investimento feito na AutoSparkle realmente compensa e em quanto tempo o capital inicial poderá ser recuperado. Cada uma dessas métricas oferece uma visão diferente, mas todas se complementam e permitem compreender com mais segurança o potencial financeiro do negócio.

O primeiro indicador analisado foi o Valor Presente Líquido (VPL), que calcula quanto os fluxos de caixa futuros valem hoje, considerando uma taxa de desconto. No caso da AutoSparkle, o VPL ficou positivo em R\$ 94.729,99. Isso significa que, ao trazer todos os ganhos futuros para o valor presente, o projeto não apenas recupera o investimento inicial como também gera um excedente financeiro. De modo simples, um VPL positivo indica que o negócio tende a ser economicamente vantajoso, pois o retorno obtido supera o custo do investimento.

Outro indicador importante é a Taxa Interna de Retorno (TIR), que mostra a rentabilidade percentual do projeto ao longo do tempo. A TIR calculada para a AutoSparkle foi de 51%, um valor considerado bastante elevado e favorável. Isso quer dizer que, proporcionalmente ao investimento inicial, o projeto rende 51% ao ano dentro das projeções feitas. Quando a TIR é maior do que a taxa mínima de atratividade neste caso, a taxa de desconto utilizada isso reforça que o investimento tende a ser lucrativo.

Por fim, foi analisado o Payback, que indica em quanto tempo o investimento inicial será recuperado através dos retornos gerados pelo negócio. O payback da AutoSparkle ficou estimado em 2,57 anos, o que demonstra que, dentro de menos de três anos, todo o valor investido deve ser retornado para o caixa da empresa.

Esse indicador é especialmente útil para investidores e gestores que precisam entender o prazo de retorno do capital aplicado.

Em conjunto, o VPL positivo, a TIR elevada e o payback relativamente curto mostram que o projeto apresenta uma boa perspectiva financeira.

Levando em consideração que ao projetarmos o desempenho da empresa para o segundo ano de operações, consideramos inicialmente uma demanda mais conservadora. No início do ano, estimamos a realização de 80 serviços de limpeza

por mês, resultado de quatro atendimentos diários. Essa quantidade está abaixo da capacidade total da empresa em termos de espaço, mão de obra e disponibilidade de produtos. A decisão de começar com um volume reduzido não está relacionada a limitações operacionais, mas sim à estratégia de crescimento gradual, respeitando a fase inicial de adaptação ao mercado, à rotina interna e à construção da carteira de clientes.

Com a experiência adquirida ao longo dos primeiros meses, a tendência é de ganhar maior eficiência nos processos e aumentar sua visibilidade na região. Por isso, para o ano seguinte, projetamos um crescimento de 35% na quantidade de limpezas mensais. Esse aumento aproximaria a operação de sua capacidade real, aproveitando melhor os recursos já disponíveis e reduzindo períodos ociosos. Além disso, esse crescimento é compatível com o ritmo esperado de expansão da base de clientes, considerando estratégias de divulgação, fidelização e melhoria contínua dos serviços.

Esse avanço gradual permite que a empresa mantenha um controle mais seguro sobre a demanda, evite sobrecarga operacional e garanta a qualidade no atendimento, que é um dos pontos fundamentais para a construção da reputação da AutoSparkle. Dessa forma, a projeção de aumento de 35% não apenas é realista considerando o aprendizado do primeiro ano como também representa um passo natural rumo à consolidação da empresa no mercado local.

Assim, essa previsão de crescimento reforça o planejamento de longo prazo e demonstra que a AutoSparkle está alinhada para alcançar um volume de serviços mais compatível com sua capacidade plena, ao mesmo tempo em que mantém uma evolução e bem estruturada ao longo dos próximos.

Investimento Inicial		R\$ 94.540,00	
Taxa de Desconto (TIR)		0,04%	
Período (Ano)	Fluxo de Caixa	Valor Presente	VP Acumulado
0	-R\$ 94.540,00	-R\$ 94.540,00	-R\$ 94.540,00
1	R\$ 63.600,00	R\$ 63.574,57	-R\$ 30.965,43
2	R\$ 130.800,00	R\$ 130.695,42	R\$ 99.729,99

Soma VPs (Ano 1 a 2)	R\$ 194.400,00
VPL do Projeto	R\$ 99.729,99
Taxa Interna de Retorno (TIR)	56%
Taxa de Lucratividade	2,06
Tempo de Payback	2,49

7.5 PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio é um dos indicadores mais importantes dentro da análise financeira de um plano de negócios, pois mostra exatamente o momento em que a empresa consegue cobrir todos os seus custos e despesas apenas com a própria operação. Em outras palavras, ele representa o nível mínimo de vendas necessário para que a AutoSparkle não tenha prejuízo nem lucro, funcionando como um marco que separa a fase de recuperação dos custos iniciais da fase em que o negócio passa a gerar retorno real.

Para chegar a esse resultado, o cálculo do ponto de equilíbrio considera três elementos principais: os custos fixos, os custos variáveis e a margem de contribuição. Os custos fixos são aqueles que não mudam conforme a quantidade de serviços realizados, como aluguel, salários, energia e despesas administrativas. Já os custos variáveis dependem diretamente do volume de serviços prestados e do consumo de materiais. A partir desses dados, calcula-se a margem de contribuição, que é o valor que cada serviço gera para ajudar a pagar os custos fixos após deduzir os custos variáveis daquele atendimento.

Quando dividimos o total de custos fixos pela margem de contribuição unitária, encontramos o número mínimo de serviços que a empresa precisa realizar para atingir o ponto de equilíbrio. Esse cálculo é fundamental porque mostra de forma clara qual deve ser o desempenho mensal da AutoSparkle para que ela funcione sem prejuízos. A partir do momento em que o volume de serviços ultrapassa essa quantidade mínima, a empresa passa a operar com lucro, o que permite planejar expansões, reinvestimentos e melhorias internas.

Com isso, o ponto de equilíbrio torna-se uma ferramenta estratégica tanto para o controle financeiro quanto para o planejamento operacional. Ele ajuda a definir metas reais de produção, orientar decisões de precificação e avaliar se o modelo de negócio está adequado ao mercado. Para a AutoSparkle, conhecer esse ponto é essencial, já

que permite visualizar com precisão o mínimo necessário para manter a operação saudável e compreender de forma mais clara como cada serviço contribui para a sustentabilidade financeira do negócio ao longo do tempo.

Qtde (produtos vendidos)	Preço unitário de cada produto	Custo unitário de cada produto	Receita	Custo total
80	R\$ 150,00	R\$ 5,00	R\$ 12.000,00	R\$ 16.600,00
20	R\$ 200,00	R\$ 6,00	R\$ 4.000,00	R\$ 16.320,00
5	R\$ 200,00	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00	R\$ 16.700,00
1	R\$ 1.500,00	R\$ 10,00	R\$ 1.500,00	R\$ 16.210,00
1	R\$ 1.000,00	R\$ 10,00	R\$ 1.000,00	R\$ 16.210,00
200	R\$ 20,00	R\$ 10,00	R\$ 4.000,00	R\$ 18.200,00

8. OPERAÇÃO

8.1 DESCRIÇÃO DO FLUXO OPERACIONAL

O fluxo operacional da AutoSparkle inicia-se com o atendimento ao cliente, que pode ocorrer presencialmente na loja física ou de forma digital, por meio das redes sociais e canais de comunicação direta. Nessa etapa, são identificadas as necessidades específicas do cliente, bem como o tipo de serviço desejado, que pode incluir limpeza automotiva a seco, higienização interna, polimento, pintura personalizada, instalação de insulfilm, plotagem ou a aquisição de acessórios automotivos disponíveis na loja.

Após a definição do serviço, o veículo é encaminhado para a área de preparação, onde é realizada uma avaliação técnica detalhada. Essa verificação tem como objetivo identificar o estado geral da pintura, dos estofamentos e de componentes sensíveis, como o motor, que exige cuidados específicos.

Com base nessa análise, o profissional responsável escolhe os produtos e equipamentos adequados, sempre priorizando materiais biodegradáveis e

certificados, como shampoos automotivos ecológicos, ceras líquidas de alta durabilidade, impermeabilizantes de tecidos e condicionadores de couro veganos. Os panos de microfibra e aspiradores de alto desempenho são utilizados para garantir uma limpeza precisa e sem riscos à pintura.

O processo de limpeza a seco segue um protocolo padronizado, desenvolvido pela AutoSparkle, que garante eficiência e sustentabilidade. O procedimento é dividido em etapas, que compreendem a aplicação do produto de limpeza, o tempo de ação controlado, a remoção da sujeira com panos apropriados e o acabamento final com ceras e hidratantes, conferindo brilho e proteção prolongada ao veículo. Esse método elimina o uso de água, evitando o desperdício e reduzindo o risco de manchas ou oxidação em partes metálicas e elétricas.

Durante a execução do serviço, o cliente pode aguardar confortavelmente em nossa loja, onde é acompanhado por uma atendente responsável por oferecer suporte e garantir uma experiência agradável. Nesse espaço, o cliente pode tomar um café, conhecer os produtos automotivos disponíveis para compra, como aromatizantes, suportes de celular, panos de microfibra e acessórios personalizados, além de obter orientações sobre cuidados e manutenção estética do veículo.

Concluída a limpeza e demais procedimentos contratados, o veículo passa por uma etapa de inspeção final, supervisionada pelo gestor de operações, que assegura o cumprimento dos padrões de qualidade estabelecidos pela empresa. Essa etapa inclui a verificação do acabamento, a avaliação do brilho da pintura e a checagem de eventuais resíduos em partes internas e externas.

Após a aprovação na inspeção, o veículo é entregue ao cliente, acompanhado de orientações técnicas e recomendações sobre conservação e periodicidade ideal para novas manutenções. Caso o cliente tenha adquirido produtos na loja, estes são apresentados com explicações sobre o uso adequado e os benefícios de cada item.

Por fim, todos os dados do atendimento são registrados no sistema interno da AutoSparkle, incluindo os serviços executados, produtos utilizados e observações técnicas. Esse registro é fundamental para manter o histórico detalhado do veículo, possibilitando que, em futuros atendimentos, a equipe saiba exatamente quais procedimentos já foram realizados e o que realmente precisa ser feito em novas visitas.

Além disso, o registro permite o acompanhamento da satisfação do cliente e o controle de produtividade operacional, servindo de base para ações de melhoria

contínua e fidelização, dessa forma, o fluxo operacional da AutoSparkle integra eficiência técnica, sustentabilidade e experiência de atendimento personalizada, consolidando-se como um modelo inovador no setor de estética automotiva.

Demonstração prática do nosso atendimento:



8.2 CAPACIDADE DE PRODUÇÃO

A AutoSparkle atua no setor de estética automotiva com uma capacidade média de 300 atendimentos mensais, o que corresponde a aproximadamente 11 a 12 veículos por dia. Essa capacidade foi planejada para garantir eficiência, qualidade e sustentabilidade em todas as etapas de operação.

A empresa possui infraestrutura adequada e equipe técnica qualificada para realizar os serviços, contando com um ambiente coberto, ventilado e bem organizado, que permite a execução simultânea de diferentes etapas, como limpeza, finalização e personalização, sem interferência entre os processos. Essa estrutura favorece o fluxo contínuo de trabalho, reduz o tempo de espera e assegura alto padrão de qualidade em cada atendimento.

São utilizados equipamentos modernos e produtos certificados, com destaque para tecnologias sustentáveis, como a limpeza a seco e o uso de energia solar, contribuindo para redução de custos fixos, autonomia energética e reforço do compromisso ambiental.

A equipe é composta por profissionais especializados em estética automotiva,

capacitados para realizar desde higienizações detalhadas até serviços de pintura, aplicação de insulfilme e personalização veicular. O treinamento contínuo e a supervisão técnica garantem padronização dos resultados e satisfação dos clientes.

Além disso, a capacidade produtiva é ajustável conforme a demanda, permitindo ampliação temporária dos horários de atendimento ou reforço da equipe em períodos de maior procura, como feriados prolongados e eventos automotivos.

Dessa forma, a AutoSparkle demonstra possuir uma estrutura produtiva sólida, eficiente e sustentável, preparada para atender à demanda do mercado automotivo com excelência técnica, agilidade e responsabilidade ambiental.

8.3 FORNECEDORES

A AutoSparkle conta com uma rede de fornecedores estratégicos que garante qualidade, segurança e continuidade nas operações. Cada parceiro contribui diretamente para que os serviços de estética automotiva sejam realizados com eficiência e alto padrão.

Entre os principais fornecedores, destacam-se:

- **GTM Auto Peças:** responsável pelo fornecimento de peças e produtos automotivos essenciais para manutenção e atendimento diário.
- **Casa Clean:** especializada em produtos de limpeza utilizados tanto nos veículos quanto nas instalações da empresa.
- **Oásis Purificadores:** realiza a manutenção e fornece filtros de água, garantindo o uso consciente e seguro desse recurso.
- **Assistec:** presta suporte com equipamentos e serviços de manutenção, assegurando o bom funcionamento das máquinas.
- **Kelvinland:** responsável por manutenções gerais nas instalações, contribuindo para um ambiente de trabalho seguro e organizado.
- **AG Materiais Elétricos:** fornece materiais e equipamentos elétricos que são fundamentais para a operação.

Esses parceiros reforçam o compromisso da AutoSparkle com a eficiência, a sustentabilidade e a excelência nos serviços prestados aos clientes.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações finais têm como objetivo apresentar uma síntese dos principais pontos abordados neste trabalho, destacando a relevância e a viabilidade do plano de negócios proposto. Ao longo do desenvolvimento do TCC, foi possível compreender a importância de alinhar práticas sustentáveis à prestação de serviços de estética automotiva, demonstrando que é possível unir qualidade, eficiência e responsabilidade ambiental em um mesmo modelo de gestão.

O projeto mostrou que a lavagem automotiva a seco representa uma alternativa ecologicamente correta e economicamente viável, especialmente diante da crescente preocupação com o uso consciente da água. A proposta busca atender às demandas de um público que valoriza empresas comprometidas com a preservação do meio ambiente e com um atendimento diferenciado.

Durante a elaboração do trabalho, constatou-se a necessidade de um planejamento operacional eficiente, com controle de insumos, registro dos serviços realizados e acompanhamento do histórico dos clientes, garantindo padronização e melhoria contínua. A análise dos fornecedores e parceiros também se mostrou essencial para manter a qualidade e assegurar a continuidade das atividades.

Em termos de aprendizado, o desenvolvimento deste estudo proporcionou uma visão mais ampla sobre gestão, marketing e sustentabilidade no setor automotivo. Compreendeu-se a importância do posicionamento estratégico, da fidelização do público e da divulgação local como fatores determinantes para o crescimento do negócio.

Por fim, recomenda-se, para futuras pesquisas e implementações, a realização de um estudo de campo mais aprofundado sobre o comportamento do consumidor, além da ampliação de parcerias com estabelecimentos locais. Sugere-se também a busca por certificações ambientais que possam fortalecer a imagem da marca e consolidar sua credibilidade no mercado. Conclui-se, portanto, que o empreendimento apresenta potencial para se firmar de forma sustentável, aliando inovação, consciência ambiental e excelência no atendimento.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. Número de veículos emplacados no país cresce 7% no primeiro semestre. Agência Brasil, 3 jul. 2025. Disponível em:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2025-07/numero-de-veiculos-emplacados-no-pais-cresce-7-no-primeiro-semester>. Acesso em: 22 out. 2025.

ESTADÃO. Frota brasileira passa de 123 milhões de veículos; caminhões e ônibus são 4% do total. 2025. Disponível em:

<https://estradao.estadao.com.br/caminhoes/frota-brasileira-passa-de-123-milhoes-de-veiculos-caminhoes-e-onibus-sao-4-do-total/>. Acesso em: 22 out. 2025.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Setor de serviços recua 0,5% em dezembro e fecha 2024 em 3,1%, quarta alta seguida. 14 fev. 2025. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/42648-setor-de-servicos-recua-0-5-em-dezembro-e-fecha-2024-em-3-1-quarta-alta-seguida>. Acesso em: 29 out. 2025.

Diário de Bordo

**Habilitação Profissional: Técnico em
Administração**

Título: AutoSparkle (Estética Automotiva)

**Autores: Ariadny de Oliveira Santos
Beatriz Guarnieri de Souza
Fabiana Salú dos Santos
Gabriel Lucas dos Santos
Isaele Vieira de Souza.**

Orientador: Claudia Dias Aragon Francischini

Ano da apresentação: 2025

Data: 30/07/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia:

Apresentação das competências, habilidades e bases tecnológicas. Disponibilização de matérias de pesquisa e orientações para o preenchimento do diário de bordo.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Data: 13/08/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Aula orientativa sobre o desenvolvimento da pesquisa para o relatório, referente à introdução e descrição da empresa.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Data: 20/08/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Aula orientativa sobre o desenvolvimento da pesquisa para o relatório, referente a introdução, descrição da empresa, características e proposta de valor do produto ou serviço.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Isaele Vieira de Souza

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Data: 03/09/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Análise de mercado, plano de marketing e descrição do processo de desenvolvimento e sistema de qualidade.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Data: 10/09/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia:

Continuação dos temas escolhidos e fichamento dos
conteúdos pertinentes.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Data: 17/09/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Orientação e correção das pesquisas realizadas, e preparo da feira tecnológica.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Data: 24/09/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia:

Apresentação da feira tecnológica.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Nome: Isaele Vieira de Souza

Data: 01/10/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Visita a
feira de profissões do Immes.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Isaele Vieira de Souza

Data: 08/10/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Análise de viabilidade financeira, técnica, econômica, política, social e ambiental.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Data: 22/10/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia:

Continuação do desenvolvimento do relatório.

Fontes consultadas:

<https://estradao.estadao.com.br/caminhoes/frota-brasileira-passa-de-123-milhoes-de-veiculos-caminhoes-e-onibus-sao-4-do-total/>

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2025-07/numero-de-veiculos-emplacados-no-pais-cresce-7-no-primeiro-semester>

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Isaele Vieira de Souza

Data: 29/10/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Estrutura
final para apresentação.

Fontes consultadas:

https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/42648-setor-de-servicos-recua-0-5-em-dezembro-e-fecha-2024-em-3-1-quarta-alta-seguida?utm_source

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Isaele Vieira de Souza

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Data: 05/11/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Estrutura
final para apresentação.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Isaele Vieira de Souza

Data: 12/11/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Estrutura
final para apresentação.

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Isaele Vieira de Souza

Data: 19/11/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia:

Apresentação do TCC

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Nome: Isaele Vieira de Souza

Data: 26/11/2025

Assunto: **AutoSparkle (Estética Automotiva) -Plano
de Negócios**

Descrição das atividades desenvolvidas nesse dia: Ajustes no
relatório

Fontes consultadas:

Nome dos alunos presentes neste dia:

Nome: Ariadny de Oliveira Santos

Nome: Beatriz Guarnieri de Souza

Nome: Fabiana Salú dos Santos

Nome: Gabriel Lucas dos Santos

Nome: Isaele Vieira de Souza