

COMO MONTAR OFICINA DE FUNILARIA E PINTURA: TUDO O QUE VOCÊ PRECISA SABER!

NORTON

SAINT-GOBAIN®

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 3 |
| PLANO DE NEGÓCIO | 5 |
| LOCALIZAÇÃO E ESPAÇO | 11 |
| CAPACITAÇÃO | 14 |
| SERVIÇOS OFERECIDOS..... | 22 |
| FORNECEDORES E MATERIAIS DE QUALIDADE | 27 |
| ROTINA ADMINISTRATIVA..... | 31 |
| DIVULGAÇÃO | 34 |
| ATENDIMENTO | 38 |
| FIDELIZAÇÃO | 40 |
| CONCLUSÃO | 42 |
| SOBRE A SAINT-GOBAIN..... | 44 |



Introdução

Contar com um bom planejamento é o primeiro passo para **abrir uma oficina de funilaria e pintura**. Porém, é preciso considerar outras etapas essenciais para quem for começar um empreendimento. Ter conhecimento de mercado, entender sobre a concorrência, analisar as dores de seu público e conhecer o mercado que vai atuar são apenas alguns dos tópicos.

Pensando nisso, elaboramos este material para você tirar todas as dúvidas sobre o tema. Continue a leitura e saiba mais!





Plano de negócio

Independentemente do tipo de empreendimento, é **importante contar com um plano de negócios** para implementar as boas práticas da sua área de atuação e do mercado.

Trata-se de um documento completo, no qual vão constar informações importantes a respeito do mercado de funilaria e pintura. Ele ajudará a entender os esforços necessários em um primeiro momento do negócio, ajudando a desenhar ações eficazes para os meses iniciais e auxiliando na análise das principais tendências da área.

Por meio dele, a equipe é capaz de contar com uma orientação específica sobre as necessidades de um empreendimento como esse, bem como as fraquezas a serem minimizadas e as forças que devem ser potencializadas. Também, promove-se uma melhor avaliação dos desafios, para entender bem quem são os concorrentes e estabelecer metas precisas e de acordo com a realidade corporativa.

Entre os diferenciais de contar com um plano de negócios, destacamos, especialmente:

- contar com o máximo de informações possível sobre o mercado de funilaria e pintura;
- ter um guia que vai direcionar todos os esforços necessários;
- entender quais são os fatores relevantes para que o negócio tenha sucesso;
- definição de estratégias e ações que ajudem a direcionar os esforços no dia a dia, entre outros.

A seguir, a gente explica **dicas práticas para montar um plano de negócios** que realmente seja efetivo e traga os ganhos que apresentamos. Confira!



ESTUDO DE MERCADO

Antes mesmo de fazer o estudo de mercado, **sugerimos que se realize uma breve observação sobre o negócio de funilaria e pintura**. Nessa análise, você vai descrever quais serão os serviços oferecidos, como imagina uma equipe qualificada para essa área, quais são os seus objetivos enquanto empreendimento, como é a estrutura ideal, entre outros pontos.

A partir do momento em que existe uma definição mais clara sobre como será o seu empreendimento, chegou a hora de **estudar o mercado**. Afinal, é preciso contar com informações precisas para avaliar as empresas que fornecem o mesmo tipo de atendimento e serviços, oficinas que atendem um público semelhante ao seu etc.

Aqui, temos a oportunidade tanto de estudar outras companhias da área quanto de identificar oportunidades. Torne-se um cliente de uma oficina semelhante e avalie como é o atendimento, quais necessidades não foram supridas, entre outros dados relevantes para identificar como o seu empreendimento poderia atuar nesses pontos.

Ou seja, você vai estruturar diferenciais competitivos que farão a diferença na decisão de compra de seus clientes.

PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é um importante instrumento no momento de desenhar o plano de negócios. Quando você já tem um entendimento do mercado, chegou a hora de estruturar as questões financeiras de sua oficina.

Para isso, é importante considerar os seguintes aspectos:

- estabeleça objetivos claros relacionados às suas finanças, tanto no que diz respeito aos gastos quanto ao valor que entra;
- tenha um plano de ação desenhado para os primeiros meses da oficina, que guiarão o negócio para atingir os objetivos desenhados;

- avalie os custos e as despesas da empresa, especialmente no período inicial, para que tudo comece a funcionar de maneira efetiva;
- faça orçamentos com diferentes fornecedores e tenha uma gestão facilitada dessas empresas;
- avalie investir em tecnologia para o controle do fluxo de caixa e para o acompanhamento contínuo das finanças do negócio.

Dessa forma, as chances de você alcançar sucesso a longo prazo aumentam consideravelmente. Afinal, você vai estruturar todo o planejamento de negócios logo no período inicial da oficina.



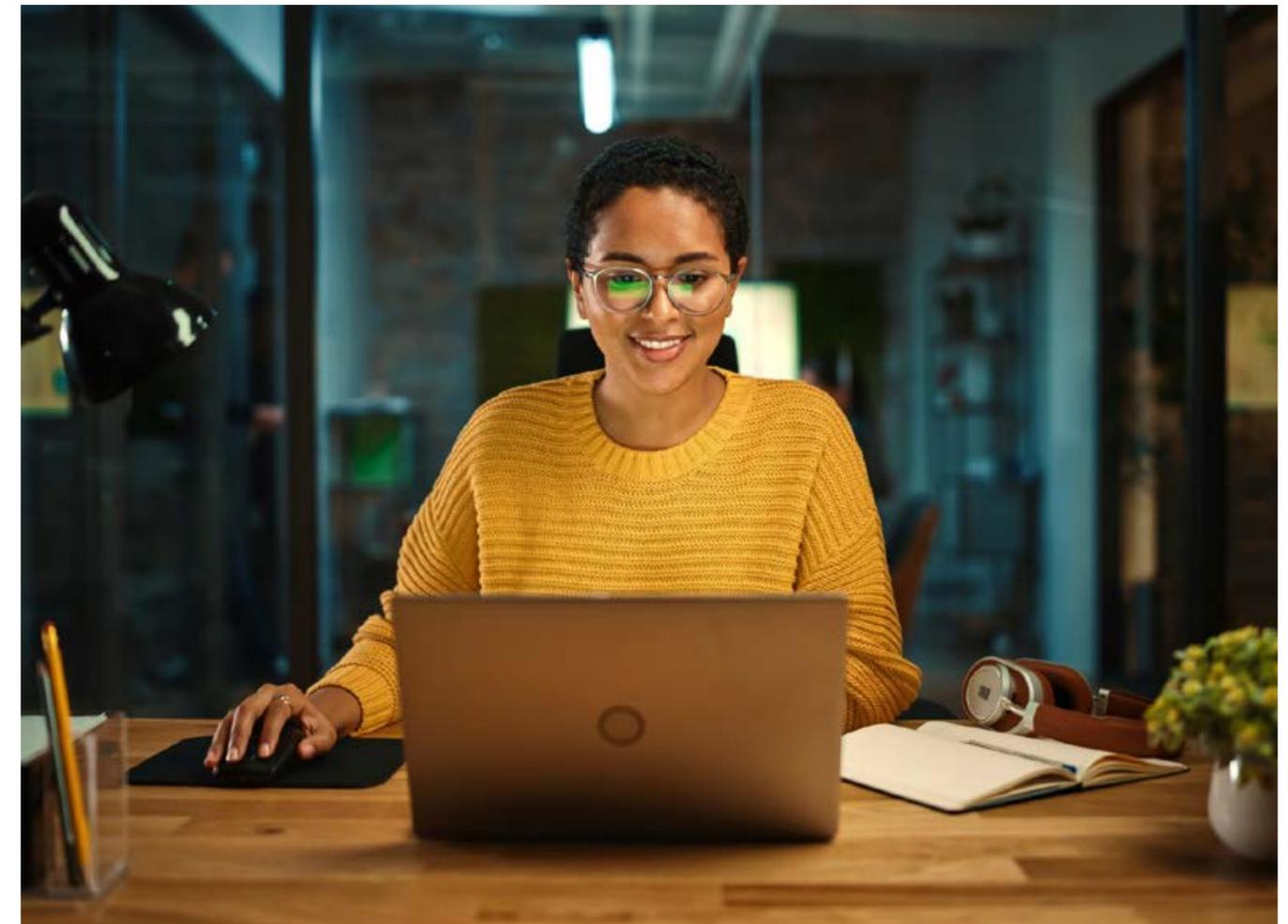
PLANO OPERACIONAL

Não apenas o plano tático deve ser desenhado, mas também o operacional. Por meio dele, você **vai definir, na prática, como a oficina vai funcionar**, quais serão as pessoas responsáveis por cada atividade, os materiais necessários para se ter em estoque, entre outros. O ideal é que cada entrega tenha um plano operacional específico.

Exemplo: suponhamos que a maior demanda suportada pela oficina é a de revisão completa do processo de funilaria mais o serviço de pintura. Com uma entrega como essa, quais serão os materiais necessários? Quantas pessoas estariam envolvidas? Qual seria a precificação de um produto como esse? Anote estes e outros pontos.

Também é importante **contar com metas e prazos para os diferentes serviços**. Uma demanda como a que mencionamos, por exemplo, seria entregue em, no máximo, quantos dias?

A partir do momento em que são relacionadas todas essas respostas, o retorno aos clientes é mais certo. Sendo assim, há a oportunidade de fidelizá-los logo de início, o que contribui diretamente para os bons resultados da oficina em médio e longo prazo.





SIMULAÇÃO DE CENÁRIOS

Um receio que grande parte das pessoas tem quando vai abrir um negócio é a empresa não dar certo dentro do tempo esperado. Por essa razão, **durante o plano de negócio, é importante considerar a simulação de diferentes cenários.**

Assim, você terá o entendimento sobre o que seriam vendas abaixo das expectativas, como seria possível aprimorar os processos, quais seriam as estratégias adotadas para quando não se baterem as metas, entre outros aspectos.

Por meio de uma ação como essa, você estará sempre preparado para diferentes contextos, de modo que a tomada de decisão seja pensada com planejamento. Além disso, há a oportunidade de desenhar ações de forma proativa em vez de reativa.

Localização e espaço



⤴

Durante a fase de planejamento da sua oficina de funilaria e pintura, para que ela esteja em pleno funcionamento, é importante haver uma **análise precisa sobre a localização onde estará e o espaço necessário para que tudo funcione de maneira eficaz.**

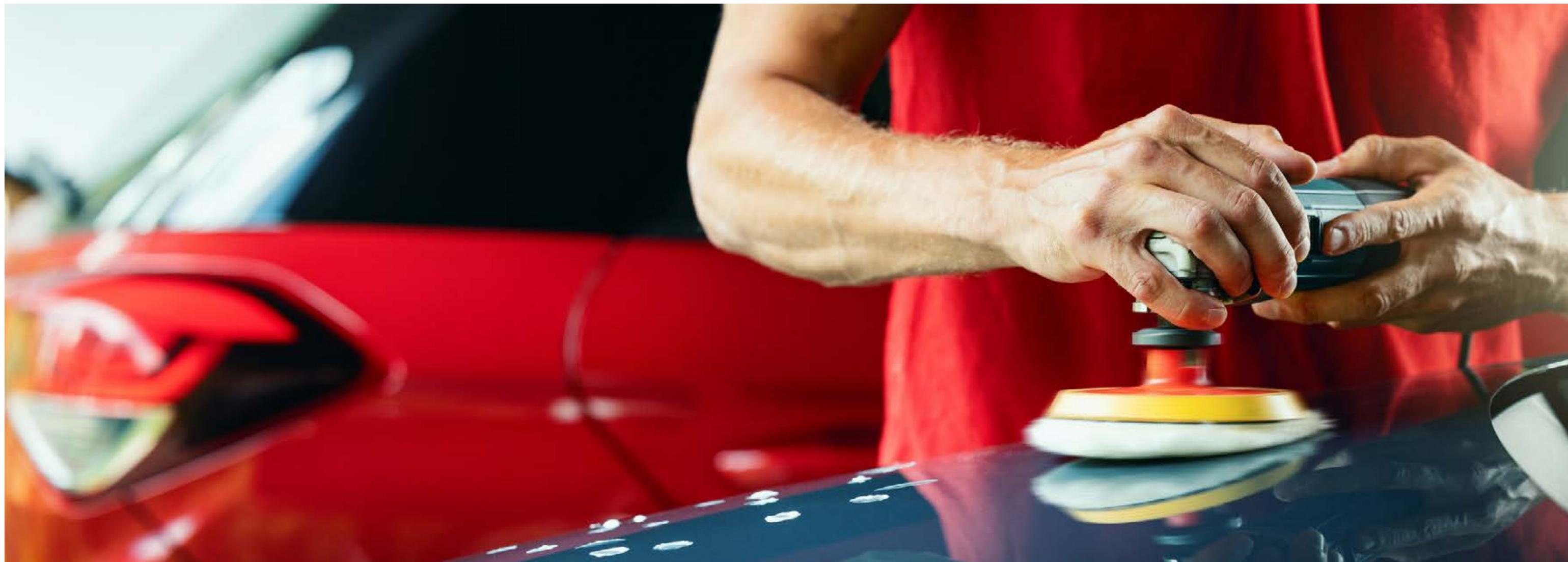
Para identificar um espaço que realmente atenda às suas necessidades, alguns aspectos devem ser considerados. Entre eles:

- o tamanho ideal para que todos os serviços sejam executados oferecendo aos clientes comodidade e uma boa experiência;
- a necessidade ou não de contar também com um escritório;
- diferentes espaços para acomodação de clientes;
- estruturação do projeto (hoje, grande parte dos empreendimentos oferecem um espaço de convivência para que as pessoas possam aguardar atendimento).



Nessa etapa, é importante voltar ao estudo feito sobre a concorrência, para entender o que ela oferece aos clientes, onde eles estão localizados, qual é a área onde eles atuam etc. Também é importante avaliar as necessidades de um público específico.

Suponhamos que você faça um estudo completo sobre a sua cidade e identifique que, em uma região, não existe nenhum tipo de oficina, o que leva à necessidade de as pessoas realizarem grandes deslocamentos para executar a atividade. Com isso, você tem a oportunidade de investir nesse local.



Capacitação



A **capacitação** também é um importante fator para quem quer saber como montar uma oficina de funilaria e pintura. Engana-se quem pensa que vai se capacitar apenas para a área de atuação. Existem cursos e treinamentos que qualquer empreendedor deve fazer, pois é uma oportunidade de aperfeiçoar o negócio e garantir que as entregas tenham mais qualidade, aumentando sua credibilidade junto ao cliente. Por consequência, os resultados serão bastante positivos.





A seguir, a gente selecionou alguns cursos que todo empreendedor deve se preocupar em fazer. Confira!

ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

O primeiro deles está relacionado à **estratégia de negócios**. Um bom empreendedor entende sobre suas metas e o mercado, sabe como agir em contextos desafiadores e busca desenvolver, em si, habilidades estratégicas para que possa implementar em seu negócio.

Em um curso como esse, você não contará com respostas prontas para diferentes contextos. Mas, sim, aprenderá ferramentas que podem ser aplicadas na prática, inclusive estudando cases, entendendo como gestores agem em algumas situações, entre outros pontos.



LIDERANÇA

Seja qual for o nicho de atuação, é importante buscar se **capacitar e desenvolver habilidades relacionadas à liderança.** Nesse papel, você tem a oportunidade de gerenciar melhor a sua equipe, garantindo que as pessoas gostem de trabalhar naquele local e criando uma boa relação com toda a equipe.

Quem conta com habilidade de liderança não mantém um bom relacionamento apenas com os funcionários, mas também sabe administrar conflitos com os clientes (quando eles surgem). Além disso, consegue-se uma boa gestão de fornecedores, uma vez que são aprendidas boas práticas de negociação em diferentes contextos.

Ser um bom líder, ainda, trará insumos para tomadas de decisão que exigem cautela por parte da gestão. Caso haja necessidade de fazer um desligamento para corte de custos, por exemplo, não é indicado fazê-lo sem planejamento. É preciso analisar o seu quadro de funcionários, entender o impacto dessa saída e tomar atitudes que possam minimizar problemas nos resultados e entregas.

Por fim, destaca-se que um curso como esse ajuda a entender melhor o mercado, os desafios e as práticas adequadas sobre o que fazer para seu negócio atingir um bom patamar.



MARKETING E VENDAS

Mais à frente, traremos algumas dicas que podem ser implementadas por quem deseja contar com uma oficina de funilaria com um marketing atrativo e que gere resultados.

No entanto, para você entender sobre as melhores práticas e analisar as estratégias estudadas, é necessário haver um conhecimento prévio. Não há necessidade de ser algo muito aprofundado, uma vez que também há fornecedores que podem ser contratados com essa finalidade. Novamente, indicamos os cursos do Sebrae com assuntos próprios para a área de marketing que permitirão uma compreensão mais precisa.

Porém, um entendimento básico permite ter um olhar mais criterioso para as ações de marketing, como redes sociais, divulgação dos seus serviços, como fazer promoções e garantir que as pessoas saibam dessas promoções, além de saber quais são os canais interessantes para que você esteja presente no âmbito online.



Você poderá unir sua percepção de mercado às estratégias, escolhendo ações de acordo com o seu público. Além disso, aprenderá a fazer um acompanhamento que, de fato, vai possibilitar as melhores decisões.

No que diz respeito às vendas, também é importante contar com a compreensão das melhores técnicas voltadas para a área de oficinas e funilarias. Você tem a oportunidade de repassar esse conhecimento para a sua equipe e de ter um relacionamento mais próximo com os seus clientes, com boas argumentações em diferentes contextos.

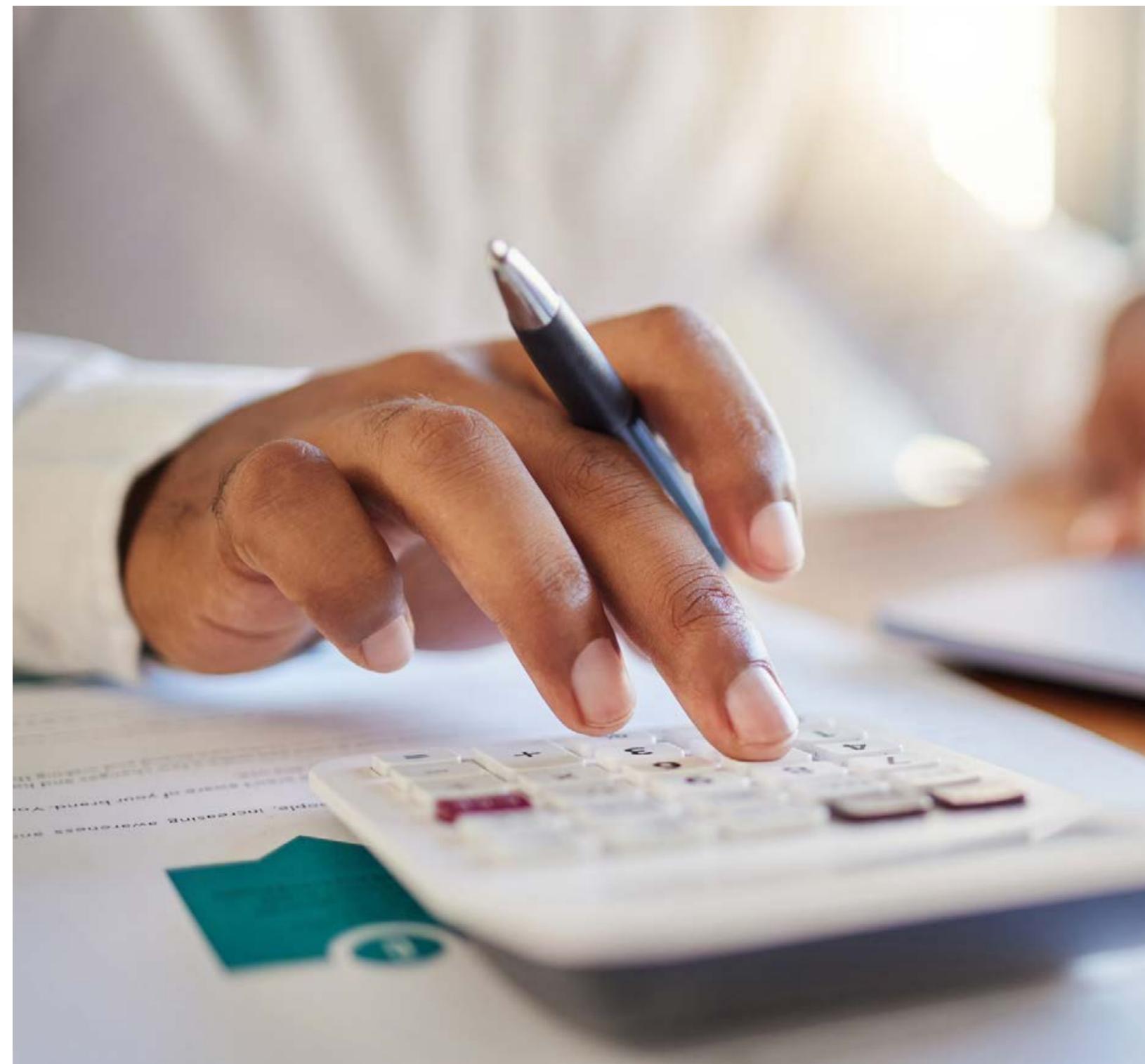
Exemplo: suponhamos que um cliente, mesmo satisfeito com o serviço, questione o preço cobrado. Por meio de um conhecimento mais aprofundado em vendas, você tem a oportunidade de argumentar com precisão sobre os motivos que levam a esse valor, de modo que o cliente identifique que vale a pena fechar negócio com o seu empreendimento.

FINANÇAS

Em tópicos anteriores, mencionamos sobre a necessidade de um plano de finanças para a sua funilaria. Ele precisa possibilitar uma análise contínua dos resultados de seu negócio para as definições de estratégias que realmente impactarão a lucratividade da empresa. Portanto, a capacitação em finanças não pode ser deixada de lado.

Por meio de cursos específicos para a área, você terá a oportunidade de identificar os custos fixos e as variáveis de um negócio como o seu, além de entender a importância de separar os gastos pessoais dos da empresa. Ainda, aprenderá como fazer um controle do fluxo de caixa, como estudar o mercado e entender os impactos em seu negócio, entre outros itens.

Será muito bom entender conceitos básicos de administração, ter noções sobre capital de giro e saber como é possível investir de forma positiva o lucro obtido. Para isso, existem cursos do Sebrae voltados para o pequeno empreendedor, com assuntos voltados para a administração do negócio, marketing, como empreender de forma efetiva, finanças etc. Você pode acessar todos os materiais no próprio [site do Sebrae](#).



TENDÊNCIAS DE MERCADO

Neste tópico, não estamos nos referindo especificamente a um curso. Quando mencionamos sobre esse tipo de capacitação, **queremos nos referir à necessidade de acompanhar de perto as tendências do mercado e de se atualizar continuamente** sobre os mais diferentes assuntos.

Dessa forma, a partir do momento em que você está por dentro do mercado de oficinas de funilaria e pintura de sua região, há a possibilidade de identificar oscilações, bem como estruturar as divulgações (abordaremos sobre isso adiante) e as campanhas realizadas pelo empreendimento.





Serviços oferecidos



Chegou o momento de identificarmos os serviços principais de sua oficina de funilaria e pintura. Deve-se destacar que existem os serviços básicos, que todo empreendimento do ramo oferece, como:

- reconstituir partes danificadas da lataria do veículo;
- desamassar a lataria e pintar o automóvel em um serviço de qualidade;
- realizar serviços de reparação de diferentes partes do veículo, como polimento técnico, polimento em farol e descontaminação de pintura.

Porém, para que o seu negócio possa se destacar positivamente perante o mercado, também é importante que outros tipos de serviços sejam feitos. A seguir, a gente selecionou alguns deles. Confira!

POLIMENTO TÉCNICO

O primeiro deles é o **polimento técnico**.

O resultado final para a pessoa que contrata esse tipo de serviço é um veículo que tenha brilho intenso e duradouro. Conseqüentemente, seu serviço será elogiado, o que possibilita ampliar o marketing boca a boca (quando as próprias pessoas indicam seus produtos e serviços).

Antes de iniciar as atividades, a oficina deve fazer uma avaliação do veículo, diagnosticar qual será o projeto ideal para aquele veículo e os produtos necessários.



RESTAURAÇÃO E PINTURA DE RODAS

Essa atividade em um oficina de funilaria e pintura tem como objetivo o de restaurar a estética da roda. Serviços de balanceamento são realizados em oficinas mecânicas. No entanto, algumas funilarias também tem estrutura para atender serviços mecânicos, o que garante a expansão do seu negócio.

Para que a sua empresa seja ainda mais bem vista por parte dos clientes, indicamos que ofereça para a pessoa rodas reserva para colocar no carro enquanto as do próprio veículo ainda estejam na oficina. Consequentemente, você terá um cliente satisfeito, fidelizado e que vai indicar seus serviços a conhecidos.





DESCONTAMINAÇÃO DE PINTURA

Quem **conta com veículo com carroceria muitas vezes tem dificuldade com a sua limpeza**. Além disso, deve-se destacar que nem sempre a lavagem em casa ou, até mesmo, em postos de gasolina removem 100% das sujeiras.

Nesse sentido, você tem a possibilidade de buscar no mercado produtos próprios que contribuem para descontaminar essa região do veículo, contribuindo para que você atinja um nicho específico de público.

POLIMENTO DE FAROL

Por fim, **recomendamos também que esteja em seu catálogo de produtos o polimento de farol**. Mais um tipo de procedimento que tem como objetivo restaurar e reparar problemas ocasionados pelo tempo e por raios UV.

A argumentação com o cliente sobre a importância desse serviço não deve ser resumida à estética. Apesar de o aspecto envelhecido incomodar muitas pessoas, quando há essa característica, existe também diminuição da capacidade de iluminação, comprometendo a segurança do motorista.

Fornecedores e materiais de qualidade



Ao longo deste conteúdo, mencionamos brevemente sobre a gestão de fornecedores em alguns dos tópicos. Para a escolha de empresas que sejam de qualidade e contribuam para agregar qualidade ao seu trabalho, temos as seguintes dicas.



ENTENDER SOBRE A SUA DEMANDA

No momento de fazer o plano de negócios e realizar a definição dos serviços oferecidos, é importante identificar a sua demanda para avaliar os itens necessários que atendam ao que é divulgado. Dessa forma, analise o estoque: como vai ser o monitoramento de entrada e saída de produtos? Quais são os prazos que atendem suas necessidades?

Além disso, recomendamos que peças com preço mais alto só sejam compradas sob demanda. Ou seja, se você investe em um serviço que exige uma saída financeira maior, só faça a solicitação ao fornecedor quando realmente houver interesse por parte do cliente. Caso contrário, as chances de desequilibrar o caixa aumentam de maneira considerável, o que pode impactar o planejamento do negócio.

Itens com maior movimentação, porém, devem estar sempre presentes. Se você deixa de atender a uma demanda por faltar produtos em estoque, a chance de o cliente ir para a concorrência aumenta, o que impacta a imagem e a credibilidade do negócio.

PESQUISAR MARCAS E PREÇOS

Entender sobre o **custo-benefício ajudará você a optar por uma marca que apresente credibilidade**, cujos produtos realmente atenderão suas expectativas e impactarão positivamente o que será entregue à sua clientela.

Por essa razão, pesquise bastante os melhores fornecedores, peça indicação de outras oficinas e sempre analise como se estabelece a parceria. Mesmo se o produto for bom a um preço razoável, se a empresa em questão conta com um atendimento ruim ou não consegue cumprir os prazos, dificilmente conseguirá atender suas demandas (além de aumentar o risco de você perder clientes).





VERIFICAR O ORÇAMENTO

Em diferentes etapas de execução dos serviços e de gestão da oficina de funilaria e pintura, é **necessário analisar o orçamento disponível**. Dessa forma, você poderá buscar empresas que ofereçam um bom produto, cujos valores não impactarão o seu caixa.

PESQUISAR A REPUTAÇÃO DA EMPRESA

Sempre que escolher um fornecedor, indicamos que **estude e analise a reputação dessa empresa**. Assim, é possível identificar se outros clientes se queixaram de atitudes que possam prejudicar a parceria. Isso também trará mais base para você ter decisões efetivas.

Hoje, existem sites especializados, onde clientes têm a oportunidade de deixarem suas percepções acerca de diferentes marcas. Com isso, você consegue ter uma noção básica sobre empresas com as quais realmente vale a pena fechar negócio.

A man with a beard and short dark hair, wearing a light blue button-down shirt, is smiling broadly while holding a black corded telephone receiver to his ear. He is wearing a gold watch on his left wrist. The background is a blurred office environment with shelves and papers. The entire image has a blue color overlay.

Rotina administrativa

Com a oficina em funcionamento, é preciso contar com uma rotina administrativa que realmente possa contribuir para gerar lucro e aumentar a receita de seu negócio.

CRIAR PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS PADRÕES

Quando abordamos o tema rotina, nos referimos à padronização. Entenda: em uma oficina, sempre vai haver contas a pagar e a receber, aspectos burocráticos que devem ser solucionados em um curto espaço de tempo, entre outros pontos. Mesmo que sejam rotinas óbvias (o pagamento de uma conta de luz, por exemplo), é importante que se tenha uma padronização de como isso será feito.

Além disso, indicamos que procure fornecedores parceiros para que os fabricantes entreguem o passo a passo dos processos e produtos, de modo que a padronização ocorra de acordo com as boas práticas das próprias marcas.





DEFINIR PRIORIDADES

É importante que, diariamente, as prioridades sejam definidas. Entenda o que é mais urgente para aquele dia, faça o levantamento de demandas e, ao final, analise se tudo foi executado e quais foram as pendências para o dia seguinte.

CATEGORIZAR AS ATIVIDADES

A partir do momento em que você categoriza as atividades, há uma chance de aumentar a produtividade e, naturalmente, reduzir o tempo para a conclusão de cada uma das tarefas.

Há rotinas mais voltadas para a gestão de sua equipe, há outras para as finanças, há aquelas voltadas para a pesquisa e contratação de fornecedores, etc. Em seu cronograma de atividades, com o objetivo de contar com uma fácil visualização de tudo que é necessário para aquele período, preencha cada uma das categorias com cores diferentes. Assim, você pode concluir o que for mais urgente para aquele período.

Divulgação



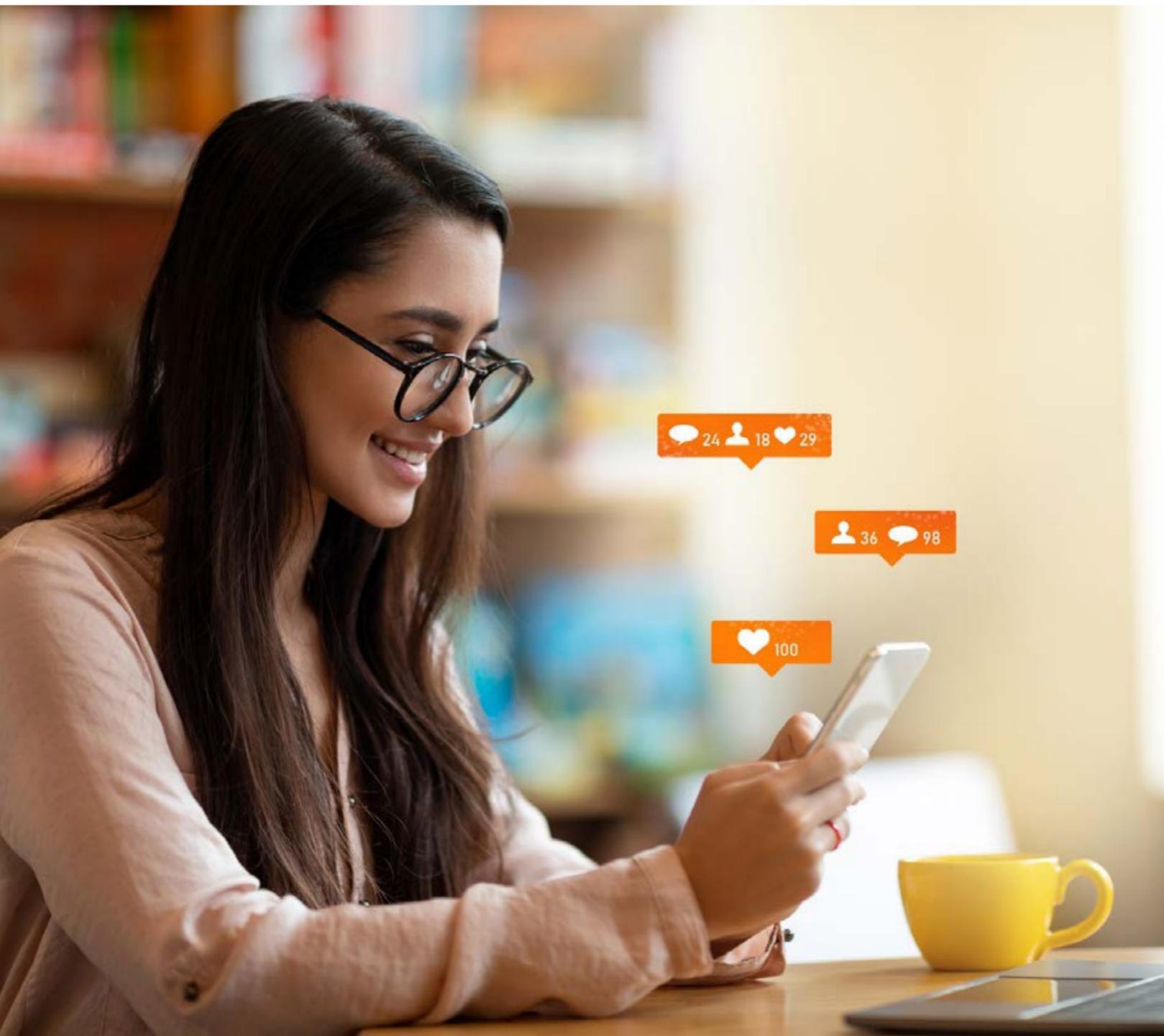
Não podemos deixar de lado a divulgação. Sabe aquele ditado: “quem não é visto não é lembrado”? Qualquer dono de empreendimento deve considerar isso para alcançar mais clientes e garantir resultados efetivos.

Antes de abordarmos sobre os possíveis canais de divulgação, devemos destacar que é preciso entender o seu público. Clientes de oficina de funilaria e pintura vão variar bastante, em especial, de acordo com a localidade.

Se sua empresa estiver em uma região mais nobre, como consequência, os clientes costumam ter uma condição melhor. Se você está em uma área predominantemente comercial, certamente fará serviços rápidos, nos quais o consumidor deixa o veículo no início de seu expediente e o pega ao final do dia.

Esses são só alguns dos exemplos. **Ter esse entendimento permite que você escolha os canais corretos e faça uma divulgação de acordo com as necessidades** e dores de sua persona (representação semifictícia de seu cliente ideal).





REDES SOCIAIS

As redes sociais funcionam como uma importante aliada para negócios de diferentes nichos de atuação. Para as oficinas de funilaria e pintura, não é diferente. Nesse sentido, analise o seu público, entenda as redes nas quais ele mais está presente e produza conteúdo relevante. Assim, você alcançará uma boa audiência e atrairá pessoas interessadas em seus serviços.

Exemplos de publicações que podem ser feitas:

- dicas sobre os cuidados que o cliente deve ter com o veículo;
- sugestões sobre os melhores produtos existentes no mercado;
- divulgação de antes e depois dos veículos que passaram pela sua equipe, além de uma breve explicação sobre o procedimento realizado;
- fotos do dia a dia da oficina para despertar o interesse das pessoas em conhecer o local e os serviços, entre outros.

SITE

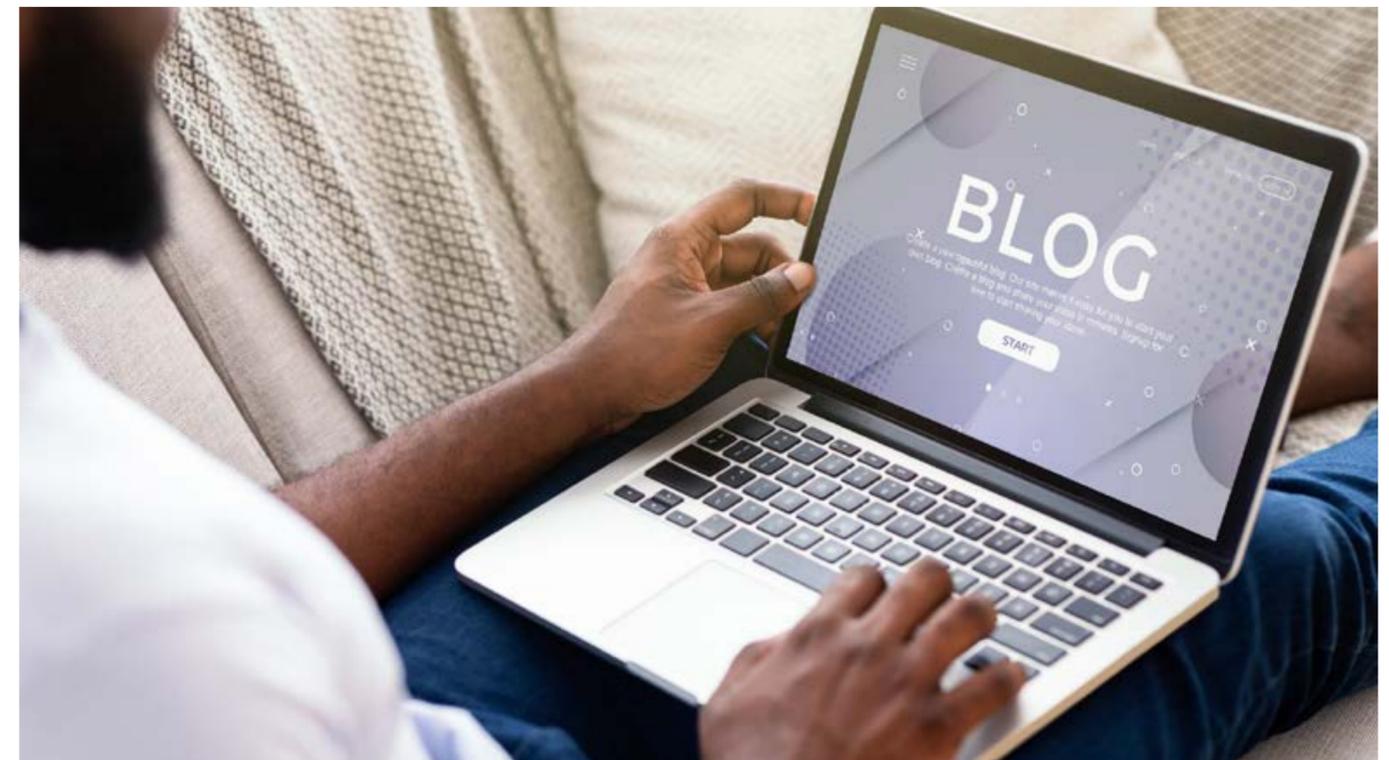
É interessante que **qualquer empreendimento tenha um site** com as principais informações sobre o negócio. Textos objetivos e de qualidade, que abordem aspectos como:

- o endereço ou os endereços de suas oficinas (para quem conta com mais de uma unidade);
- serviços oferecidos pela sua equipe;
- telefone de contato;
- redes sociais.

Caso o site não seja uma realidade para o seu negócio, é importante garantir a sua presença online. Você pode fazer isso, por exemplo, a partir do Google Meu Negócio. É uma ferramenta do próprio Google que facilita que a sua oficina seja encontrada online, tendo informações como nome, endereço, telefone etc. Além disso, é gratuita!

BLOG

Mencionamos sobre a importância de trazer conteúdo relevante para a sua audiência. No **blog, você tem a oportunidade de publicar materiais mais completos** e fazer uma estratégia que traga pessoas de forma orgânica para o site (sem investir um dinheiro diretamente com essa finalidade). Quanto mais maduras forem as suas ações, maior será o tráfego e mais pessoas conhecerão a sua marca e o que é oferecido pelo seu empreendimento.



Atendimento





Para **contar com um bom atendimento** na oficina de funilaria e pintura, algumas dicas são recomendadas. Entre elas, destacamos, especialmente:

- manter a oficina organizada, uma vez que a primeira impressão do cliente influencia muito a percepção que ele tem sobre o negócio;
- ter atenção para a primeira abordagem, de modo que ela seja cordial e atenda às necessidades daquela pessoa;
- investir na personalização do atendimento, contribuindo para que toda a equipe saiba como identificar as particularidades de cada pessoa, para gerar mais conexão;
- investir também na credibilidade da oficina — pequenas práticas influenciam bastante a experiência do cliente, como forrar todos os bancos caso haja a necessidade de conferir o interior do veículo.

Fidelização



Por fim, para que a oficina de funilaria e pintura tenha ainda mais êxito com todas as estratégias estruturadas, é importante **investir na fidelização dos clientes**. Para isso, indicamos:

- sempre preservar a limpeza e organização do espaço;
- garantir que todas as pessoas que trabalham com você entendam sobre os principais serviços oferecidos pelo negócio e estejam por dentro das tendências de mercado (mesmo em oficinas pequenas);
- respeitar sempre os prazos;
- oferecer serviços que se diferenciam no mercado;
- contar com métricas e indicadores que auxiliam na gestão, contribuindo para identificar o que vem dando certo e o que pode ser aperfeiçoado.



Conclusão





Neste material, mencionamos as etapas a serem consideradas no momento em que for estruturar sua oficina de funilaria e pintura, bem como os cuidados necessários para quando o negócio já estiver no mercado.

Independentemente das estratégias adotadas em seu empreendimento, nunca deixe de analisar e estudar as ações mais adequadas para sua realidade. Dessa forma, você poderá entender as práticas que funcionam, observando bem as prioridades da gestão e como o negócio pode se posicionar de maneira competitiva.

Com isso, as chances de a sua empresa ser duradoura aumentam consideravelmente, bem como há a oportunidade de gerar mais receita e lucratividade.

Agora que você já tem todos os passos mais importantes e caminhos para montar sua oficina de funilaria e pintura, poderá contar com mais uma ajuda: os cursos da Norton Academy [“Funilaria, Preparação e Conceitos Básicos da pintura automotiva”](#) e [“Funilaria e Pintura: conceitos teóricos”](#).

Acesse e tenha a melhor base de conhecimento para dar continuidade ao seu empreendimento!



A Norton é a marca líder de abrasivos, reconhecida mundialmente. Oferecemos há mais de 150 anos uma completa linha de produtos projetados para executar qualquer aplicação em seus diferentes níveis de exigência.

Líder em tecnologia, criamos uma empresa de vanguarda, oferecendo sempre as soluções mais adequadas às demandas dos usuários. A cada ano, são feitos substanciais investimentos em Pesquisa & Desenvolvimento, que ajudam a gerar ideias inovadoras, visando revolucionar os processos de abrasivos.

Nosso forte compromisso com a inovação garante que os produtos sejam introduzidos no mercado, sempre oferecendo benefícios e melhorias a todos os clientes.