

GESTÃO COMERCIAL

**ANDRESSA SOUZA FRANCO
GIOVANA CABRAL NUNES
GABRIEL NOGUEIRA FANTINEL
VICTOR CAIO NOGUEIRA**

MULHERES E O MERCADO AUTOMOTIVO: BARREIRAS E OPORTUNIDADES PROFISSIONAIS

Relatório Final apresentado a GESTÃO COMERCIAL da Faculdade de Gestão e Inovação – FGI, como requisito de acompanhamento e conclusão do projeto de pesquisa.

Disciplina: Metodologia Científica e Produção de Textos

Professora: Cinthia Alencar Pacheco

RESUMO

O projeto teve como tema a participação das mulheres no mercado de trabalho automotivo, com foco nas dificuldades enfrentadas em oficinas, concessionárias, lojas e autopeças. A pesquisa buscou responder quais são os principais desafios encontrados pelas mulheres para ingressar, permanecer e crescer profissionalmente nesse setor, tradicionalmente dominado por homens. O objetivo foi compreender essas barreiras e analisar a inserção feminina na área automotiva. Para isso, foi utilizada uma metodologia qualitativa, composta por pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica foi realizada por meio da análise de artigos científicos, monografias e dissertações, enquanto a pesquisa de campo consistiu na aplicação de questionários e/ou entrevistas com mulheres atuantes em oficinas automotivas, permitindo conhecer suas experiências e percepções sobre o mercado de trabalho. Os resultados evidenciaram desafios como preconceito, desigualdade de oportunidades e dificuldades de reconhecimento profissional. Entretanto, também foi observado um crescimento da participação feminina no setor, demonstrando avanços na busca por maior inclusão e valorização das mulheres na área automotiva.

Palavras-chave: Inclusão feminina. Mulheres na Indústria Automobilística. Mulheres no Automotivo.

INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos, o mercado automotivo consolidou-se como um dos setores mais associados à presença masculina, tanto na área técnica quanto na gestão dos negócios. Embora a participação feminina tenha crescido significativamente em diversos segmentos profissionais, ainda existem desafios relacionados à igualdade de oportunidades, reconhecimento profissional e quebra de estereótipos nesse setor.

Além das dificuldades de inserção e ascensão na carreira, observa-se que, em muitas situações, a imagem da mulher é utilizada como estratégia de marketing para atrair clientes e promover produtos e serviços automotivos. Essa prática contribui para a objetificação feminina e reforça percepções que nem sempre valorizam a capacidade técnica e profissional das mulheres, evidenciando a necessidade de discutir seu papel dentro desse mercado. Nesse contexto, torna-se importante compreender como as mulheres estão sendo inseridas no setor automotivo e quais desafios ainda enfrentam em seu cotidiano profissional. A relevância deste estudo para a área de Gestão Comercial está na possibilidade de refletir sobre práticas de gestão, diversidade, inclusão e relacionamento com clientes, aspectos cada vez mais valorizados pelas organizações modernas.

Para o desenvolvimento da pesquisa, foram utilizados referenciais teóricos sobre a participação feminina no mercado de trabalho e realizadas pesquisas de campo com mulheres atuantes em oficinas automotivas, permitindo relacionar a literatura acadêmica às experiências vivenciadas pelas profissionais do setor.

OBJETIVOS

Objetivo Geral:

- Analisar a participação das mulheres no mercado de trabalho automotivo, identificando as principais dificuldades enfrentadas para sua inserção e permanência em oficinas, concessionárias, lojas de autopeças e demais segmentos do setor.

Objetivos Específicos:

- Identificar as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres no mercado automotivo.
- Analisar a inserção feminina no setor automotivo.
- Conhecer as experiências de mulheres que atuam em oficinas por meio de pesquisa de campo.
- Verificar a presença da objetificação da imagem feminina em estratégias de marketing.
- Relacionar a importância da inclusão e diversidade na gestão comercial.

METODOLOGIA

A presente pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de compreender os desafios enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho automotivo. Quanto aos objetivos, a pesquisa é classificada como exploratória, pois busca proporcionar maior compreensão sobre um tema ainda pouco estudado e identificar aspectos relevantes relacionados à participação feminina no setor. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, utilizando como procedimentos a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. A etapa bibliográfica foi realizada por meio da consulta a artigos científicos, monografias e dissertações relacionados ao tema. Já a pesquisa de campo permitiu a coleta de informações diretamente com profissionais atuantes no setor automotivo.

A população da pesquisa foi composta por mulheres que trabalham no mercado automotivo, especialmente em oficinas mecânicas. A amostra foi constituída por 12 mulheres que aceitaram participar voluntariamente do estudo. Como instrumento de coleta de dados, foi aplicado um questionário contendo 10 perguntas relacionadas à experiência profissional das participantes, aos desafios enfrentados no ambiente de trabalho e à percepção sobre a presença feminina no setor. Durante a aplicação dos questionários, 4 participantes relataram de forma

mais aprofundada aspectos relacionados à conciliação entre trabalho e vida pessoal, contribuindo com informações complementares para a análise dos resultados.

O método científico adotado foi o método indutivo, que consiste na observação de situações particulares para a compreensão de fenômenos mais amplos. A partir dos relatos e experiências das participantes, foi possível identificar padrões e refletir sobre os desafios enfrentados pelas mulheres no mercado automotivo.

A hipótese da pesquisa considera que, apesar do crescimento da participação feminina no setor automotivo, as mulheres ainda enfrentam obstáculos relacionados ao preconceito de gênero, à necessidade de constante comprovação de competência profissional e à dificuldade de equilibrar as demandas da vida pessoal e do trabalho.

REFERENCIAL TEÓRICO

Para a construção do referencial teórico, foi realizada uma pesquisa no Google Acadêmico utilizando as palavras-chave “mulheres no meio automotivo”, “mulher na indústria automobilística” e “empoderamento feminino”. Inicialmente, foram encontrados aproximadamente 7.800 resultados em 0,09 segundos. Posteriormente, aplicaram-se filtros para publicações em língua portuguesa, no período de 2019 a 2026, visando selecionar estudos mais atuais e alinhados à realidade brasileira.

Após o refinamento da busca, observou-se uma quantidade reduzida de estudos especificamente voltados à participação feminina no setor automotivo, evidenciando que o tema ainda é pouco explorado na literatura acadêmica. Entre os trabalhos selecionados, destacam-se pesquisas que abordam a presença da mulher na indústria automobilística, os desafios relacionados à desigualdade de gênero, o empoderamento feminino e as experiências vivenciadas pelas profissionais do setor.

Segundo Silva e Assis (2023), o empoderamento feminino tem contribuído para ampliar a participação das mulheres em cargos de liderança dentro da indústria automotiva, demonstrando avanços na busca por maior representatividade e

igualdade de oportunidades. Entretanto, as autoras ressaltam que ainda existem barreiras estruturais e culturais que dificultam a ascensão profissional das mulheres nesse segmento.

Lima, Del Bianco e Gemma (2023) destacam que muitas mulheres atuantes no setor automobilístico relatam situações de sofrimento no ambiente de trabalho, frequentemente relacionadas à necessidade de provar constantemente sua competência profissional em um espaço historicamente ocupado por homens.

Outros estudos analisados apontam que a participação feminina na indústria automotiva vem crescendo gradativamente, mas ainda enfrenta desafios ligados à divisão sexual do trabalho, à baixa representatividade em cargos técnicos e de liderança e à persistência de estereótipos de gênero. Além disso, algumas pesquisas discutem como a imagem da mulher ainda é utilizada em determinadas estratégias de marketing do setor, muitas vezes priorizando aspectos estéticos em detrimento da valorização de suas competências profissionais.

Dessa forma, o referencial teórico demonstra que, embora existam avanços na inclusão feminina no mercado automotivo, ainda há obstáculos significativos a serem superados. Os estudos analisados reforçam a importância de promover ambientes de trabalho mais inclusivos, com igualdade de oportunidades e reconhecimento profissional para as mulheres que atuam nesse segmento.

Quadro 1 – Artigos selecionados no Google Acadêmico

Título do Artigo	Autor(es)	Ano	Principais contribuições
Empoderamento feminino: Mulheres em cargos de liderança numa indústria automotiva no município de Goiana-PE	Débora Luis da Silva, Nathália Maria de Assis	2023	Demonstram como o empoderamento feminino tem favorecido a ocupação de cargos de liderança por mulheres na indústria automotiva, embora ainda existam barreiras para a ascensão profissional
Vivências intersubjetivas de sofrimento no trabalho de mulheres no setor automobilístico: Análise a luz da psicodinâmica do trabalho	Flávia Traldi de Lima, Giuliana Sanches Del Bianco, Sandra Francisca Bezerra Gemma	2023	Analisa as experiências de sofrimento e os desafios enfrentados pelas mulheres no ambiente de trabalho, especialmente relacionadas ao preconceito e a necessidade de comprovar competências
AS MULHERES NA INDÚSTRIA: Estudos de representações sociais e estratégia como prática social	Carla Santos	2019	Investiga as representações sociais sobre as mulheres e as estratégias utilizadas por elas para conquistar espaço e reconhecimento profissional
Representativa feminina na indústria: Análise sobre a participação de mulheres no setor automotivo	Clara Fernandes Brito de Oliveira	2019	Discute a representatividade feminina no setor automotivo e evidencia o crescimento da participação das mulheres no setor, apesar das desigualdades existentes
O gênero do trabalho operário: Condições de trabalho, divisão sexual e práticas sociais em indústrias metalúrgicas dos segmentos automotivo e eletroeletrônico	Thaís de Souza Lapa	2019	Aborda a divisão sexual do trabalho e as diferenças nas condições de trabalho entre homens e mulheres.

Fonte: Elaboração dos autores, 2026.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados da pesquisa foram obtidos por meio da aplicação de questionários a 12 mulheres atuantes no setor automotivo. As participantes possuíam idades entre 17 e 51 anos, demonstrando a presença feminina em diferentes fases da vida profissional. Entre as entrevistadas, a profissional com maior tempo de atuação trabalhava há 11 anos no setor, exercendo a função de atendente de balcão.

Em relação às experiências no ambiente de trabalho, 8 das 12 participantes afirmaram já ter sofrido algum tipo de preconceito por serem mulheres. Esse resultado evidencia que, apesar dos avanços na inclusão feminina, ainda persistem barreiras relacionadas aos estereótipos de gênero e à cultura historicamente masculina presente no setor automotivo. Esse achado está em consonância com os estudos de Lima, Del Bianco e Gemma (2023), que apontam a ocorrência de situações de discriminação e a necessidade constante de afirmação profissional por parte das mulheres.

Quando questionadas sobre a necessidade de demonstrar maior competência em comparação aos colegas homens, 3 participantes afirmaram sentir essa pressão no ambiente de trabalho. Embora esse número represente uma parcela menor da amostra, ele reforça a percepção de que ainda existem desafios relacionados ao reconhecimento da capacidade técnica e profissional feminina.

Outro dado relevante refere-se à conciliação entre trabalho e vida pessoal. Das 12 entrevistadas, 10 relataram dificuldades para equilibrar as demandas profissionais com as responsabilidades familiares e pessoais. Além disso, duas participantes relataram que a rotina intensa faz com que suas vidas funcionem “no piloto automático”, impactando diretamente a convivência com esposos, filhos e até mesmo a própria independência. Esses relatos demonstram que os desafios

enfrentados pelas mulheres vão além do ambiente organizacional, refletindo também na esfera pessoal e familiar.

A pesquisa também revelou que 4 participantes já se sentiram desvalorizadas por outras mulheres no ambiente de trabalho. Esse resultado demonstra que as dificuldades relacionadas ao reconhecimento profissional nem sempre partem apenas dos colegas homens, mas podem estar associadas a comportamentos e percepções presentes entre as próprias mulheres, evidenciando a complexidade das relações interpessoais no contexto profissional.

De modo geral, os resultados confirmam a hipótese inicial da pesquisa, de que as mulheres ainda enfrentam desafios significativos no mercado automotivo, especialmente relacionados ao preconceito de gênero, à valorização profissional e ao equilíbrio entre vida pessoal e trabalho. Ao mesmo tempo, a presença de profissionais com longos anos de experiência no setor demonstra avanços importantes na ocupação de espaços antes predominantemente masculinos, reforçando a importância de ações voltadas à promoção da igualdade de oportunidades e valorização da diversidade no ambiente organizacional.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a participação das mulheres no mercado de trabalho automotivo, identificando os principais desafios enfrentados para sua inserção, permanência e valorização profissional em um setor tradicionalmente masculino. Por meio da pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo realizada com 12 mulheres atuantes na área, foi possível compreender melhor a realidade vivenciada por essas profissionais.

Os resultados demonstraram que o preconceito de gênero ainda está presente no ambiente de trabalho, uma vez que a maioria das participantes relatou já ter sofrido algum tipo de discriminação. Além disso, foram identificadas dificuldades relacionadas ao reconhecimento profissional e à conciliação entre trabalho e vida pessoal, aspecto destacado por grande parte das entrevistadas. Os relatos também evidenciaram que, apesar dos desafios, as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço no setor automotivo, ocupando diferentes funções e contribuindo significativamente para o desenvolvimento das organizações.

A pesquisa permitiu confirmar a hipótese de que ainda existem barreiras que dificultam a plena inclusão e valorização das mulheres no mercado automotivo. Ao mesmo tempo, os resultados mostram avanços importantes na representatividade feminina, demonstrando que a presença das mulheres no setor está se fortalecendo gradativamente.

Para a área de Gestão Comercial, este estudo reforça a importância de promover práticas organizacionais voltadas à diversidade, à inclusão e à igualdade de oportunidades. Ambientes de trabalho mais respeitosos e valorizadores das diferenças contribuem não apenas para o bem-estar dos colaboradores, mas também para o fortalecimento da imagem das empresas e para melhores resultados organizacionais. Por fim, espera-se que este trabalho contribua para ampliar as discussões sobre a participação feminina no setor automotivo e incentive novas pesquisas sobre o tema, colaborando para a construção de um mercado de trabalho mais justo, inclusivo e igualitário.

REFERÊNCIAS

BEAUVOIR, Simone de. O segundo sexo. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Danièle. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, v. 37, n. 132, p. 595-609, 2007.

LAPA, Thaís de Souza. O gênero do trabalho operário: condições de trabalho, divisão sexual e práticas sociais em indústrias metalúrgicas dos segmentos automotivo e eletroeletrônico. 2019.

LIMA, Flávia Traldi de; DEL BIANCO, Giuliana Sanches; GEMMA, Sandra Francisca Bezerra. Vivências intersubjetivas de sofrimento no trabalho de mulheres no setor automobilístico: análise à luz da psicodinâmica do trabalho. 2023.

LOURO, Guacira Lopes. Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 2014.

OLIVEIRA, Clara Fernandes Brito de. Representatividade feminina na indústria: análise sobre a participação de mulheres no setor automotivo. 2019.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). Mulheres no mundo do trabalho: tendências 2024. Genebra: OIT, 2024.

SAFFIOTI, Heleieth I. B. A mulher na sociedade de classes: mito e realidade. São Paulo: Expressão Popular, 2013.

SANTOS, Carla. As mulheres na indústria: estudo das representações sociais e estratégia como prática social. 2019.

SCOTT, Joan Wallach. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, 1995.

SILVA, Débora Luis da; ASSIS, Natália Maria de. Empoderamento feminino: mulheres em cargos de liderança numa indústria automotiva no município de Goiana-PE. 2023.

SORJ, Bila. Gênero, trabalho e família. São Paulo: Fundação Getulio Vargas, 2014.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

BRUSCHINI, Cristina. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, v. 37, n. 132, p. 537-572, 2007.

NOGUEIRA, Claudia Mazzei. A feminização no mundo do trabalho: entre a emancipação e a precarização. Campinas: Autores Associados, 2004.