

SERVIÇO DE LIMPEZA E CONSERVAÇÃO

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: prestação de serviços

Tipo de Negócio: serviço de limpeza e conservação

Produtos Ofertados/Produzidos: serviço de limpeza residencial e comercial.

Investimento inicial: R\$ 80 mil

Área : 50 m²

APRESENTAÇÃO

Muita gente reage mal à idéia de abrir um negócio para atuar na área de limpeza. O preconceito ainda é grande no país. Por isso, muita gente deixa de enxergar as vantagens do negócio.

Um ponto positivo diz respeito à sua enorme área de atuação. Além de residências, toda e qualquer empresa hoje necessita desses serviços e os empresários já estão cientes de que a melhor decisão é a de terceirizar tais atividades através de empresas competentes.

A limpeza é uma das variáveis que influi no crescimento ou quebra de qualquer tipo de empreendimento. Seja desde um consultório médico até uma instituição bancária, qualquer funcionário e principalmente os clientes ao entrarem no estabelecimento desejam encontrar o piso polido, carpetes limpos, lavabos e banheiros brilhantes.

MERCADO

O mercado cresce a cada ano e a tendência de terceirização do serviço de limpeza veio para ficar. Tem crescido bem acima do PIB (Produto Interno Bruto), segundo a ABRALIMP - Associação Brasileira do Mercado Institucional de Limpeza.

Atualmente, não só as grandes empresas, mas também as pequenas e médias, assim como escolas, bancos e hospitais recorrem a firmas especializadas.

A concorrência no ramo é grande, sendo necessário pesquisar e testar novos produtos e equipamentos, a fim de garantir a qualidade dos serviços.

Uma boa sugestão na definição do rumo que seu empreendimento vai tomar é encontrar um nicho. É importante especializar-se e, claro, não descuidar das outras competências da gestão.

Conhecer as características dos seus futuros clientes, porque preferem comprar tais produtos, quando fazem suas compras e quais são suas tendências de consumo são avaliações essenciais para o sucesso do seu empreendimento.

Na vida, a gente sabe que das adversidades podem surgir oportunidades. No mundo dos negócios não é diferente: a maioria das empresas bem sucedidas, algum dia enfrentou dificuldades e adotou a mudança como alternativa de sobrevivência naquele momento, para depois, fortalecida, apresentar-se competitiva ao concorrente.

LOCALIZAÇÃO

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua empresa.

Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

ESTRUTURA

Uma prestadora de serviços de limpeza não exige abertura de loja para o público, nem a aquisição de ponto comercial.

Alguns empresários do ramo idealizaram o negócio para ser tocado de sua própria casa, apenas com o apoio de um computador e de um telefone. Os materiais e produtos de limpeza, nesse caso, ficam guardados nas dependências do cliente. Assim, é possível diminuir os custos fixos significativamente.

Mas caso deseje instalar-se em ponto comercial, a estrutura básica deve contar com uma área mínima de 50 m², distribuída entre o escritório e depósito, esse último utilizado para guardar as máquinas, equipamentos e estoques dos produtos de limpeza em geral.

As posições e distribuição do balcão de atendimento, depósitos, entre outros é importante para a integração das atividades a serem executadas. Para alcançar satisfatoriamente a produção desejada, você deverá considerar o layout interno (ambiente, decoração, facilidade de movimentação, luminosidade, entre outros) e o externo (vitrinas, fachada, letreiros, entrada e saída, estacionamento, entre outros) da sua empresa.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos implementados dependerão substancialmente a estrutura que vai ser montada. Vai variar de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado. Um projeto básico certamente contará com: duas máquinas enceradeiras, carrinhos, aspiradores de pó e líquido, extratoras de carpetes, máquinas de limpeza a vapor e a jato, rodos, vassouras, panos esponjas, mop's pó e água, placas de informação, escada e andaime.

INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando uma empresa de serviços de limpeza de pequeno porte, montada numa área de 50 m², será necessário um investimento de R\$ 80 mil, aproximadamente, considerando compra de equipamentos e capital de giro.

Com esse valor, é possível montar uma central com atendentes, comprar dois carros para o transporte da equipe, adquirir equipamentos e produtos para limpeza, contratar três pessoas e treiná-las.

Investindo em AUTOMAÇÃO

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas,

código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes.

Investigue de que forma a adoção de um equipamento dessa natureza pode ser capaz de incrementar seus lucros.

PESSOAL

O serviço oferecido deve ser altamente profissional. Os empregados deverão passar por rigoroso processo de recrutamento, onde lhe será exigida experiência comprovada através de referências.

O número de empregados dependerá do volume de contratos assinados.

Na hora de selecionar as pessoas que irão trabalhar na sua empresa, você deve ainda levar em consideração as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que desenvolverão. Na área de vendas, saber ouvir, ter boa vontade, ser persistente e flexibilidade, são mais relevantes.

Para atuarem na limpeza, os selecionados deverão passar por um período de treinamento, onde serão apresentados os manuais e procedimentos para diversos tipos de limpeza, situações de emergências e possíveis acidentes. Além disso, os serviços deverão ser inspecionados por supervisores. Uma dica é tornar supervisor aquele que se destacou devido ao excelente trabalho como executor.

Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas: pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa. Essas características podem ser desenvolvidas através de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.

Por fim, sugerimos que os empregados apresentem-se em seus postos de trabalho devidamente uniformizados e identificados, visando uma melhor visualização e segurança nas dependências do cliente.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Para investir no ramo, é preciso ter bom nível de escolaridade, vocação para vendas e habilidade na gestão de pessoal.

A empresa deve oferecer aos clientes muito mais do que um serviço de limpeza, mas resultados inteligentes, personalizados e adequados às suas reais necessidades.

O ideal é dispor de serviços de limpeza comercial “customizados”, ou seja, adequados às necessidades de cada cliente. Diversos são os nichos de mercado para sua atuação. Vão desde limpeza comercial de escolas, condomínios, indústrias, hospitais, hotéis, restaurantes e escritórios a pequenas residências. Os serviços prestados são, geralmente:

- Limpeza e Conservação de Ambientes
- Limpeza Pós-Obra
- Limpeza de Carpetes com tecnologia a seco
- Limpeza de Eventos
- Limpeza de cadeiras, estofados, poltronas, divisórias e biombos
- Limpeza de Vidros
- Limpeza de Sinistros (inundações, incêndios e outros)
- Impermeabilizações de pisos
- Polimentos de mármore e granito

- Limpeza de Clean Rooms
- Controle de Pragas
- Jardinagem e Paisagismo
- Gerenciamento e Fornecimento de Descartáveis
- Serviços de Apoio (copa, recepção, portaria e outros)

Também podem ser executados serviços especializados de limpeza de carpetes, polimento de mármore e granito, impermeabilização de pisos, pós-obra, limpeza de fachada externa e limpeza de eventos.

Ao contratar os serviços de uma empresa desse tipo, o cliente estará terceirizando seus serviços de limpeza, na busca por profissionais altamente qualificados, uniformizados, identificados, equipados e preparados, disponíveis em diversos horários e períodos.

Em hipótese alguma deverá ser utilizada mão-de-obra informal. A empresa deve assumir a responsabilidade pelas obrigações decorrentes da legislação trabalhista, social e tributária dos funcionários, isentando o cliente de qualquer ônus nesse sentido.

Essa é uma das vantagens mais procuradas pelos clientes. Ao livrar-se de encargos trabalhistas: FGTS, férias, 13º salário, rescisões ou ações trabalhistas, seguros, impostos, dentre outros, os donos de empresas reduzem seus custos, concentram-se mais em seus negócios, não tendo que se preocupar com férias ou reposição de faxineiros. Além disso, há ainda a vantagem de livrar-se dos controles, compra de materiais e equipamentos de limpeza, custos administrativos e preocupações advindas da falta de funcionários.

Um bom escritório de serviços de limpeza oferece serviços em tempo integral e durante os sete dias da semana.

O orçamento pode ser feito baseado na área a ser limpa e no número de funcionários utilizados para exercer a tarefa. Mas antes é preciso visitar as instalações dos clientes e conhecer a rotina de trabalho, a fim de traçar a estratégia operacional de limpeza, que inclui:

- Horários para execução dos serviços
- Intervalos entre uma limpeza e outra
- Tipos e quantidade de produtos que deverão ser utilizados
- Quantidade necessária de auxiliares de limpeza

Dos serviços citados apenas os tapetes não são lavados nas dependências do cliente. Eles são levados para a sede da empresa e entregues ao dono num período de sete a dez dias.

É importante contar com variedade de itens e fornecedores e estar atento às novidades do mercado. Sempre surgem tira-manchas fantásticos, acabamentos acrílicos de maior durabilidade, entre outras que merecem crédito.

Outra preocupação diz respeito à utilização de materiais e insumos não-corrosivos ao meio ambiente. No mercado, há disponíveis diversas marcas nacionais e importadas de produtos biodegradáveis.

Tanto os produtos quanto os equipamentos devem ser de uso profissional, pois estes são formulados para aplicações em determinados tipos de superfície, com maior rendimento. São de alta diluição e de excelente eficiência. Já os equipamentos possibilitam a obtenção de melhores resultados.

A questão “segurança” merece muita atenção. O empreendedor deve investir em treinamento e equipamentos e acessórios modernos que garantam a boa execução do serviço, com o máximo de segurança aos empregados. Com isso, é possível prevenir acidentes no trabalho, bem como dano comprovado causado nas dependências do cliente.

Um contrato de serviços de limpeza poderá estabelecer atividades ou tarefas diárias, semanais, mensais, trimestrais, anuais, dentre outras, conforme exemplificamos a seguir:

| |
|---|
| Diárias: |
| <p>Recolhimento do lixo das salas, dependências e cinzeiros.</p> <p>Limpeza geral das instalações, desinfecção com álcool ou produtos apropriados dos telefones, mesas e balcões.</p> <p>Limpeza e desinfecção de sanitários e banheiros.</p> <p>Limpeza com flanela, pano úmido e outros produtos apropriados, das cadeiras, estofados, e quaisquer outros móveis e utensílios.</p> <p>Limpeza das portas de madeira e vidro, maçanetas e dos vidros internos.</p> <p>Aspiração de pó nas dependências que possuam piso acarpetado, e /ou forração, passadeiras e capachos.</p> <p>Desinfetar os sanitários abastecendo com insumos.</p> <p>Limpeza geral dos ventiladores, extintores, lambris, lustres, esquadrias, etc.</p> |
| Semanais |
| <p>Lavar e encerar os pisos e escadas.</p> <p>Lavar os banheiros e as lixeiras.</p> <p>Lustrar portas, tirar pó das paredes.</p> <p>Aspiração das cortinas.</p> <p>Limpeza de vidros externos e fachadas.</p> |
| Trimestrais |
| <p>Controle de Pragas e Insetos.</p> <p>Desratização e descupinização.</p> <p>Verificação das áreas da empresa aplicando inseticidas piretróide microencapsulado, líquidos, gel, pó e massa conforme a necessidade do ambiente, produtos altamente ativos contra uma grande variedade de insetos.</p> <p>Lavagem do carpete.</p> |
| Semestrais |
| <p>Tratamento de pisos tipo granilite, granito, paviflex com acabamento termoplástico, com produtos de última geração.</p> |
| Anuais |
| <p>Lavagem de todas as cadeiras, poltronas, biombos e divisórias.</p> |

Na apresentação da proposta, é imprescindível a elaboração de uma planilha detalhada de custos, incluindo encargos sociais, trabalhistas, previdenciários e tributários, despesas com uniformes, materiais de higiene e limpeza, taxa de administração, dentre outros.

O custo do serviço pode aumentar ou diminuir, de acordo com as condições contratuais e propostas. A empresa de prestação de serviços de limpeza pode tornar seu preço mais competitivo, se excluir de sua responsabilidade, por exemplo, o fornecimento de material de limpeza ou uniforme, sendo esses adquiridos pelo cliente.

COMEÇANDO

Uma vez colocado em funcionamento o novo negócio, estabelece-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o retorno do capital investido. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor.

Saiba que administrar é o processo de organizar o que foi planejado, assegurando a liderança e o controle na execução do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa. É usar os recursos administrativos disponíveis com vistas a alcançar os objetivos estabelecidos. E é aqui que entra a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos, e outros eventos. O próprio SEBRAE oferece muitos cursos de aperfeiçoamento: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer, Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento das Habilidades Gerenciais, Gestão de Pessoas, entre outros.

CLIENTES

Para ganhar projeção no mercado você deve lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio, analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir daí definir a clientela que pretende conquistar. Você pode começar identificando segmentos específicos e levantar informações como renda, idade, classe social, nível de instrução, etc., para traçar o perfil dos futuros consumidores do produto que sua empresa venderá.

O público-alvo é abrangente. Dentre os principais e potenciais clientes desse tipo empresa, estão:

- Escritórios
- Indústrias
- Universidades, Escolas e Centros de Ensino
- Condomínios Comerciais, Residenciais e Industriais
- Hotéis e Flats
- Restaurantes e Cozinhas Industriais
- Hipermercados, Supermercados e Centros de Distribuição
- Shopping Centers e Lojas
- Hospitais e Centros Médicos

DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que “a propaganda é a alma do negócio”, mas a gente pode continuar dizendo que os “músculos” também são importantes. Assim, entendemos que dotar os clientes internos (funcionários, os “músculos” do negócio) de informações sobre os produtos oferecidos é a chave para vendê-los ao cliente externo.

Nesse tipo de negócio, vale investir em um departamento treinado para a captura de novos clientes e na veiculação da marca através de folhetos e outdoors na cidade.

Voltando à “alma do negócio”, concluímos que para atingir o consumidor e garantir as vendas, você deve planejar o seu marketing. E como fazer isso? A primeira sugestão é fazer uma análise da sua realidade: identifique quais são os custos de seus serviços, adapte-os e busque a otimização de sua alocação. Mantenha seus consumidores motivados, partindo para uma revisão da sua estrutura de comercialização, avaliando paralelamente, se essa estrutura atinge seu mercado-

alvo com sucesso. Lembre-se que o marketing deve ser contínuo e sistêmico. Considere ainda, que num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar as preferências e necessidades de seus clientes em relação às funções, finanças, facilidade, "feeling" (sensibilidade) e futuro.

DIVERSIFICAÇÃO

Para alcançar o sucesso neste mercado é importante oferecer diferenciais. Procurar novas formas de apresentar os produtos tornando-os mais atrativos que os do concorrente. Uma boa forma de diversificar seu leque de atuação é agregando valor ao produto principal.

Uma oportunidade são os trabalhos esporádicos, provenientes de feiras e eventos, como congressos, festas de formatura, shows, casamentos e outros.

LEMBRETES

Numa economia que tende à instabilidade, saber definir o preço certo dos seus produtos é uma das ferramentas mais importantes da sua empresa. Harmonizar o desejo do consumidor e a expectativa de ganho do proprietário é o grande desafio. Enquanto o consumidor sempre deseja pagar menos e ter mercadorias de qualidade, o sonho do empresário é obter o melhor retorno, com o menor custo. Uma sugestão é buscar inspiração para essa "arte" em cursos que orientem o empreendedor a equacionar essa questão, como por exemplo, aqueles que ensinam a formação de preços.

NOTÍCIAS

Em Época de Demissões, Setor de Limpeza Profissional tem Dificuldades para Contratar

Enquanto segmentos da indústria reduzem o quadro de funcionários para tentar manter o equilíbrio financeiro, outros setores encontram dificuldades para encontrar mão-de-obra. É o caso das empresas de limpeza profissional, que inclui fabricantes de máquinas, produtos químicos, distribuidores e prestadoras de serviço. "Encontrar pessoas para atuar em limpeza tem sido um gargalo para as prestadoras de serviço, pois o segmento compete com a construção civil na obtenção e retenção desta mão-de-obra", analisa Ernesto Brezzi, presidente da Abralimp (Associação Brasileira do Mercado de Limpeza Profissional).

O setor de limpeza profissional é o segundo maior empregador do País, ficando atrás apenas da construção. São 1,5 milhão de pessoas que atuam na área, em geral pertencentes à base da pirâmide social.

Brezzi explica que a única exigência do setor no momento da contratação é a alfabetização, pois os funcionários precisam saber ler as instruções e escrever os procedimentos realizados, após a execução da limpeza. "Ao contrário das montadoras, por exemplo, que exige formação completa, o setor de limpeza profissional apenas determina que a pessoa saiba ler e escrever, o que já gera uma grande oportunidade de emprego para milhares de brasileiros", diz ele.

O setor contrata e qualifica um contingente enorme de pessoas que, uma vez melhor preparadas, acabam migrando para outras atividades. "Somos responsáveis pelo processo de inclusão social, pois contratamos, treinamos e qualificamos esta mão-de-obra. Ainda assim, temos que buscar estes trabalhadores recorrendo a

ONGs e instituições quando conquistamos novos contratos", ressalta.

Para ajudar as empresas na questão do treinamento, a Abralimp criou a Unidade Nacional de Formação Profissional da Associação (Uniabralimp), um centro de formação, que realiza cursos de qualificação na sede da entidade, in company ou em parceria com o Senai. "A iniciativa pioneira de parceria da Abralimp com entidades renomadas a favor do desenvolvimento do mercado de limpeza profissional vem a cumprir, mais uma vez, o papel da entidade de treinar, orientar, capacitar e atualizar os profissionais, elevando o nível de qualificação técnica do setor e apoiando as empresas neste trabalho permanente de treinamento e atualização", esclarece Brezzi.

A Uniabralimp foi iniciada em 2004 com o objetivo de formar e reciclar a mão-de-obra do mercado de asseio e conservação, fortalecendo o mercado institucional como um todo. Entre os cursos oferecidos estão os de higienização hospitalar, técnicas de limpeza, capacitação de copeiras e gestão, entre outros.

Fonte: Ernesto Brezzi, presidente da Abralimp

CURSOS E TREINAMENTOS

O SEBRAE/ES disponibiliza para o empresário uma carteira com mais de 30 títulos de cursos e palestras abordando os mais variados temas e objetivos. A Educação Empresarial do SEBRAE é um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

Cursos: Técnicas de Vendas; Marketing: Uma Estratégia de Vendas; Gerência de Equipes de Vendas; Gerência de Rotinas e Procedimentos em Vendas; Atendimento ao Cliente; Como Vender mais e Melhor; Iniciando um Pequeno Grande Negócio; Empretec; Administração Básica para Pequenas Empresas; entre outros.

Palestras Gerenciais : Atendimento a Clientes; Comece Certo – Planejamento e Análise; Determinação do Capital de Giro; Gerenciando o Fluxo de Caixa com Eficiência; Promoção de vendas; Entendendo Custos, Despesas e Preço de Venda; A Empresa e os Novos Tempos; Qualidade no relacionamento ao cliente; Como Conquistar e Manter Clientes.

A programação anual pode ser consultada no site: www.sebraees.com.br no link Cursos e Palestras.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae – Centro, Vitória/ES

CEP: 29010-003

Canal de Relacionamento: 0800 570 0800

ABRALIMP - Associação Brasileira do Mercado Institucional de Limpeza Cursos nas áreas: Higienização Hospitalar, Limpeza de Carpetes, Técnicas de Limpeza, Tratamento de Pisos.

Av Nove de Julho, 5593 - Cj 22 / 23 - Jd Paulista – São Paulo

Tel.: (11) 3079-2003

<http://www.abralimp.org.br> info@abralimp.org.br

EVENTOS

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, roda de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

Onde pesquisar: União Brasileira de Feiras e Eventos - <http://www.ubrafe.com.br>

HIGIEXPO – Feira de Produtos e Serviços para Higiene, Limpeza e Conservação Ambiental

São Paulo

Mais informações: Tel: (11) 3079-2003

<http://www.higiexpo.com.br>

21º Congresso HIGICON - Congresso Internacional do Mercado de Limpeza Profissional

Pavilhão Verde – Expo Center Norte

Informações:

www.higiexpo.com.br

www.higicon.com.br

www.abralimp.org.br

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site: http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixaba.pdf

Recomenda-se fazer uma consulta ao PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor - Lei Federal nº 8.078/1990 . Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999, Lei nº 11.785/2008, Lei nº 11.800/2008 e 11.989/2009.

Esta atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- Circular 27/90 de 09/04/90 da Secretaria Geral do Ministério da Saúde.
- CLT – Consolidação das Leis do trabalho.
- Enunciado nº 331 do TST.

É importante estar atento à legislação federal que institui a co-responsabilidade do tomador de serviço (cliente) no cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias da empresa interposta.

Não obstante a inexistência de vínculo de emprego entre empregados da empresa de limpeza e o tomador de serviço, ressalta-se que este último responde subsidiariamente pelas obrigações não cumpridas pelo empregador, diante do exposto no inciso IV do Enunciado nº 331 do TST.

Verifica-se, em face da responsabilidade solidária do tomador de serviços, rigoroso controle da regularidade jurídica das empresas de serviço de limpeza, das quais se exige, com extrema frequência a apresentação de certidões negativas de débitos, principalmente em relação ao INSS (CND) e FGTS (Caixa Econômica Federal). Também são exigidas a apresentação de cópias das folhas de pagamento de empregados, 13º salário e férias.

Assim sendo, é importante manter todos os documentos em perfeita ordem e pontualidade, disponíveis para o cliente desde o momento da proposta de serviços até o faturamento do preço e cobrança pelos serviços prestados.

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social - INSS";
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua empresa de serviço de limpeza para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

LINKS INTERESSANTES

Jani King: <http://www.janiking.com.br/site/index.htm>

Versátil Brasil: <http://www.versatilbr.com.br>

Dream Wash : www.dreamwash.com.br

<http://www.abralimp.org.br>

<http://e-legis.anvisa.gov.br/>

<http://www.revistahigiplus.com.br/>

ENTIDADES

CENTRAL FÁCIL – CENTRAL DE ATENDIMENTO EMPRESARIAL

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e

padronização dos processos de abertura de empresas com redução da burocracia.
Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433 – Santa Luzia – Vitória – ES
CEP 29045-401
Fone: (27) 2127- 3000

CIC - CENTRO INTEGRADO DE CIDADANIA

PROCON (Coordenação de Atendimento)

Av. Maruípe, nº. 2544 – Itararé, Vitória/ES - CEP: 29.045-230
Tel.: (27) 3382-5545 / 5539 / 5536
Site: <http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>
E-mail: procon@vitoria.es.gov.br

JUCEES - JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433, Santa Luíza - Vitória/ES
CEP: 29045-401
Tel.: (027) 3135-3167 / 3135-3163
Site: www.jucees.es.gov.br
E-mail: atendimento@jucees.es.gov.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 1927 - Bento Ferreira, Vitória/ES
CEP: 29.050--945
Tel.: (27) 3382-6000
<http://www.vitoria.es.gov.br>

SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO

Av. Nossa Senhora da Penha - 3º andar - Ed. Trade Tower - 714
Praia do Canto - Vitória - ES
CEP: 29055-130
Tel.: (27) 33802222
<http://www.sedes.es.gov.br/>

ANVISA - AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

SEPN 515, Bloco B, Edifício Ômega / Brasília (DF)
CEP: 70.770-502
Tel.: (61) 3448.1000
<http://www.anvisa.gov.br>

SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL

Rua Pietrângelo de Biase, nº. 56, Centro, salas A/B, Vitória/ES – CEP. 29.010-190

PROCON – VITÓRIA

Casa do Cidadão João Luiz Barone
Av. Maruípe, nº. 2544 - Itararé
Vitória/ES
CEP: 29.045-230
Tel.: (0xx27) 3382-5545
<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

ABRALIMP - Associação Brasileira do Mercado Institucional de Limpeza

Rua Henrique Monteiro, 234 - conj. 31/32 – Pinheiros/SP
Tel.: (11) 3816-4877
Fax (55-11) 3816-2983
info@abralimp.org.br
<http://www.abralimp.org.br>

FORNECEDORES E FABRICANTES

O SEBRAE / ES se isenta de responsabilidades quanto à forma de atuação das empresas no mercado.

Equipamentos para limpeza: Aspiradores, lavadoras, rodos, vassouras, pá, esponja, etc.

Electrolux do Brasil S/A
Rua Senador Accioly Filho, 1.321 - Cic – Curitiba/PR.
Telefone: (41) 3371 7000
Fax: (41) 3371 7805
<http://www.electrolux.com.br/>

Indústria de Enceradeiras Certec Ltda

Alameda Dino Bueno, 721/723 - Campos Elíseos - São Paulo/SP.
Tel.: (11) 3333 8888
Fax: (11) 3333 8888
<http://www.certecenceradeiras.com.br/>

Artlav Indústria e Comércio Ltda

Rua Alvarenga Peixoto, 312 - Vila Anastácio - São Paulo/SP.
Tel.: (11) 3833 0122
Fax: (11) 3833 0122
<http://www.artlav.com.br/artlav/index.asp>

Bettanin Industrial S/A

Rodovia BR 116, Km 258 - Esteio/RS.
Tel.: (51) 3473 6400
Fax: (51) 3473 9516
<http://www.bettanin.com.br/>

Indústria e Comércio Oderich Ltda

Rua Coronel Guimarães, 49 - Navegantes - São Sebastião do Cai/RS.
Tel.: (51) 36351555
Fax: (51) 36351655
<http://www.odim.com.br/>

Produtos de Limpeza

Dal Pont Exportadora de Papéis Ltda

Rua Rui Barbosa, 2819 - Distrito Industrial - Joinville /SC.
Tel.: (47) 3028 0501
Fax: (47) 3028 0501

<http://www.dalpontwipers.com.br/pt/home/>

Adhetech Química Indústria e Comércio Ltda

Rua Guido Segalho, 504 - Jd. São Judas Tadeu – Sumaré/SP.

Tel.: (19) 3864 1212

0800.556954

<http://www.adhetech.com.br/>

Econ Indústria Com. Prod. Higiene e Limpeza Ltda

Rua Sisa, 720 - Cumbica - Guarulhos /SP.

Tel.: (11) 6412 2983

Fax: (11) 6412.2983

<http://www.econweb.com.br/>

Essenbra Essências Prod. Aromáticos do Brasil Ltda

Praça Marechal Floriano Peixoto, 10 - Centro - Volta Grande/MG.

Tel.: (32) 3463.1263

Fax: (32) 3463.1264

<http://www.essenbra.com.br/>

Indaial Papel Embalagens Ltda

Caixa Postal 153 - Indaial/SC.

Telefone: (47) 328.0191

Fax: (47) 328.0191

<http://www.indaialpapel.com.br/>

Biochemical Produtos Quimicos Ltda

Rua Papa São Pio X, 405 - Jardim Lucia – Sumaré/SP.

Tel.: (19) 3854 7222

Fax: (19) 3854 7222

<http://www.biochemical.ind.br/>

Briosol Indústria e Comércio de Material de Limpeza Ltda

Avenida Jacques Molex, 84/96/116 - Jardim Primavera - Duque de Caxias/RJ.

Tel.: (21) 2776 1879

Fax: (21) 2776 1879

<http://www.briosol.com.br/>

Cera Ingleza Indústria e Comércio Ltda

Rua Estoril, 1432 - São Francisco - Belo Horizonte/MG.

Tel.: (31) 2122 1303

Fax: (31) 3441 8599

<http://www.ingleza.com.br/>

Chemisch Industrial do Brasil Ltda

Av. dos Estudantes, 3118 - Jd. Novo Aeroporto - São José do Rio Preto/SP.

Tel.: (17) 3214.8575

Fax: (17) 3214.8575

<http://www.chemisch.com.br/>

Condor S/A

Rua Augusto Klimmek, 325 – Centro - São Bento do Sul/SC.

Tel.: (47) 631 2000

Fax: (47) 631 2222

<http://www.condor.ind.br/>

Oportunidade de Negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

Ernesto Brezzi. Em época de demissões, setor de limpeza profissional tem dificuldades para contratar. Acesso em agosto de 2009:

<http://www.abralimp.org.br/modulos/noticias/descricao.php?cod=69>

Ricardo Osman. PEGN, nº 200. FAXINA LUCRATIVA, 01/09/2005.

Site da Versátil Brasil: versatil@versatilbr.com.br

Site da ABRALIMP: <http://www.abralimp.org.br>

Sebrae/MG. SRT: Conservadora.

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO

UAD – Unidade de Atendimento e Desenvolvimento - SEBRAE/ES

Data de atualização: Agosto de 2009.