

LAVAJATO - LAVA RÁPIDO

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: prestação de serviço

Tipo de Negócio: serviço de limpeza em automóveis

Produtos ofertados: lavagem interna e externa de carros de passeio, motos, utilitários, etc.

Investimento inicial: R\$ 12 mil

Área mínima: 100 m²

APRESENTAÇÃO

Atualmente carro sujo não significa, necessariamente, final de semana com bucha e sabão na mão. Tudo graças aos lavajatos ao lava rápidos.

As principais cidades do país, como se sabe, estão repletas de lava rápidos. Há lava rápidos de todos os tipos e tamanhos, localizados em postos de gasolina, estacionamentos e até em pátios de supermercados.

Procedimento habitual e útil nos dias de hoje, a busca pelos serviços prestados por lavajatos chegam a ser considerados essenciais pelos apreciadores de automóveis ou por quem deseja dar ao seu veículo um tratamento especial.

MERCADO

No Brasil, o veículo tem grande conotação simbólica de status social e o ato de lavar carros em casa ou em lava rápido, principalmente nos finais de semana, já é um hábito cultural dos brasileiros.

O crescimento deste mercado está atrelado ao crescimento da frota de automóveis e ao poder aquisitivo das pessoas, associado a uma melhor distribuição de renda. Sua expansão vem com uma sofisticação tecnológica e de produtos que agilizam a realização do serviço, com qualidade.

Este mercado também se caracteriza por apresentar uma concorrência que está basicamente voltada ao preço, qualidade e atendimento personalizado. Diante disto, o futuro empreendedor deverá ter em mente a importância de se prestar um serviço de qualidade aliado ao preço.

E mesmo numa área que, aparentemente, está saturada, há espaço para novos empreendimentos, desde que ofereçam um serviço diferenciado à clientela, como serviços de revitalização da pintura, impermeabilização de vidros, remoção de manchas, proteção de estofados contra umidade e limpeza completa da parte interna do automóvel.

Por fim, o empresário não pode esquecer de pesquisar a concorrência no bairro.

LOCALIZAÇÃO

A escolha do ponto comercial, no caso de lava-rápidos, é essencial para atrair clientes.

É fundamental que o ponto seja de acesso fácil. Ruas movimentadas e próximas a centros comerciais ou industriais, no qual os clientes possam deixar seus carros para serem lavados enquanto trabalham é uma boa opção, além de locais onde há conglomerados de prédios residenciais.

A escolha de um local onde já existiu um lava rápido ou próximo de postos de combustível também é uma vantagem para o empreendedor.

Lembre-se, porém, de que as atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas em conformidade com um Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar no imóvel escolhido por você. Esse deve ser seu primeiro passo para avaliar a implantação de sua empresa. Na Prefeitura de Vitória esse documento é fornecido a partir de consulta no site <http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

ESTRUTURA

A área mínima necessária para montar um lava-rápido é de cerca de 100 m². Se o terreno for de esquina, melhor ainda, porque o espaço pode ser mais bem aproveitado.

Os principais ambientes são:

- Área de espera de veículos.
- Áreas com rampas para lavagem dos veículos.
- Área coberta para limpeza interna, aspiração e polimento.
- Área de estoques de produtos, recepção e escritório.
- E área para abrigar vestiário, banheiros, loja de produtos para carros e lanchonete (ambos opcionais).

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos, são:

- Lavadoras de média e alta pressão de modelo profissional;
- Aspiradores de pó modelo profissional;
- Caixa de ferramentas completa;
- Panos, baldes, rodos e esponjas.
- Móveis e utensílios para escritório, etc.

INVESTIMENTO

O investimento inicial em um lava-rápido de pequeno porte gira em torno de R\$ 12 mil, e para um grande são necessários até R\$ 30 mil.

No caso das franquias, o investimento é maior, mas o empreendedor tem a vantagem de trabalhar com métodos já testados e contar com o treinamento e o suporte do franqueador.

Investindo em informatização

Toda compra de equipamento deve ser planejada e analisada de acordo com a necessidade de uso dentro da empresa. Tomar a decisão certa é imprescindível para o bom andamento de seus negócios.

Sugere-se contar com computadores e impressoras para facilitar trocas de informações com clientes, bem como o gestão do negócio, através da aquisição de software de gerenciamento.

Para ajudar a diminuir esta incerteza, seguem algumas considerações a serem seguidas no momento da compra:

- Tenha sempre em mente a sua real necessidade de uso, estabeleça detalhadamente as características deles, e os benefícios que os equipamentos deverão lhe dar.
- Procure no mínimo 03 fornecedores e faça comparações, levando em consideração o custo/benefício de cada um deles.
- Nunca se esqueça de solicitar informações sobre os serviços de assistência técnica e, principalmente da garantia.

Fonte: site Sebrae/SP

PESSOAL

Para começar, dois funcionários trabalhando com o dono são suficientes: enquanto o proprietário do negócio cuida do atendimento aos clientes, um colaborador lava e outro dá o acabamento. Quando for necessário ampliar tal estrutura, a divisão de tarefas deve ser a mesma.

A seleção e o treinamento dos colaboradores é fator que determinará o sucesso do negócio. Como são raros os cursos específicos para funcionários de lava-rápido, vale a pena procurar profissionais com alguma vivência de mercado.

Empresários do ramo sugerem ainda que sejam contratados colaboradores que residam perto da empresa, e por indicação. Responsabilidade e confiança são fundamentais quando se trata de um bem alheio.

Como os funcionários de lava-rápidos estão submetidos a determinadas condições de insalubridade, é essencial que a empresa obedeça às normas reguladoras do Ministério do Trabalho em relação à medicina ocupacional e à segurança.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Hoje, muitas empresas do setor preferem ser conhecidas como centros de estética automotiva. Além da água e do sabão, elas oferecem higiene interna dos carros, polimento e cristalização, entre outros serviços.

Junto com a variedade, surgiu a preocupação com a qualidade do atendimento e do próprio visual da loja. Tudo para atrair um público um pouco reticente: as mulheres.

O lava-rápido moderno oferece um ambiente amigável, sem bagunça, sujeira ou desleixo com a aparência. Todos os funcionários, uniformizados, explicam aos clientes como serão executados os serviços e há áreas de espera, com mesinhas onde se pode beber e folhear revistas.

Se na primeira lavagem o cliente não ficar satisfeito, ele reclama. E, se na segunda vez o serviço novamente não estiver de acordo com a sua preferência, ele não volta mais. Daí o enorme cuidado dos empreendedores com o controle de qualidade dos serviços.

Tudo começa na seleção dos produtos químicos a serem aplicados - xampus, ceras e silicone. O melhor é, antes de abrir as portas, buscar informações com pessoas que já atuam no setor e testar vários fornecedores. Lembre-se: cliente adora novidades e é importante se manter atualizado. Surpreender o consumidor com um procedimento diferente é adiantar-se à concorrência.

1. Características dos serviços

Normalmente, um lava rápido oferece desde uma lavagem simples externa até lavagem com cera e cristalização, passando pela limpeza de estofados e motor.

Alguns tipos de lavagem:

- Super Lavagem (lavagem, aspiração, vidros, mala, tapetes e silicone);
- Lavagem Simples (lavagem e silicone);
- Polimento (pasta & cera na politrax);
- Lavagem Simples de Estofado (lavagem dos bancos dianteiros, traseiros e portas);
- Lavagem Completa do Interior (lavagem dos bancos dianteiros, traseiros, portas, carpete, mala, teto e painel).

2. Preços praticados no mercado

Variam de acordo com o tipo de lavagem, em geral entre R\$ 10,00 e R\$ 50,00.

3. Processo de trabalho

Assim como a empresa, a rotina de trabalho precisa ser organizada. O veículo que entra no estabelecimento deve ser devidamente registrado (horário em que chegou, se a pintura tinha algum risco, objetos e acessórios deixados no interior) e os preços dos procedimentos precisam estar à vista do cliente, detalhados.

Além disso, o empreendedor deve planejar a compra de produtos químicos de acordo com a demanda e manter a contabilidade do negócio em dia.

Entre as principais estratégias dos donos de lava-rápido para aumentar os lucros está o convênio com empresas próximas: além do pagamento mensal pelo serviço, pode-se oferecer serviços de entrega do veículo.

São procedimentos de uma lava rápido:

- Atendimento inicial do cliente;
- Vistoria do veículo e atendimento;
- Lavagem dos veículos e outros serviços por ordem de chegada;
- Secagem do veículo em área coberta;
- Limpeza interna e aspiração, no caso de lavagem completa;
- Polimento, cristalização e espelhamento, se for o caso;
- Conferência final da qualidade do serviço;
- Cobrança do serviço e lançamento no sistema para controle administrativo

4. Opções de franquias

Fica mais caro, mas fazer parte de uma rede de franquias de lava-rápido permite que o empresário tenha acesso a treinamento, apoio operacional, campanhas de marketing e uma série de outros serviços.

Best Dry: www.bestdry.com.br

Dry Tech: www.lavagensdrytech.com.br

Dry Wash: www.drywash.com.br

Ecody: www.ecody.com.br

Prontowash: www.prontowash.com

DIVULGAÇÃO

Nos serviços prestados a utilização mais comum de divulgação é a formadora de imagem da empresa, informadora de características diferenciadas, vantagens de utilização do serviço, preços, atendimento, condições de uso etc.

O marketing boca-a-boca é o mais eficiente, mas distribuir panfletos nos prédios da região e visitar as empresas vizinhas, apresentando o seu método, são expedientes que dão bons resultados.

É recomendável ainda fazer parcerias com outras empresas da região que prestem serviços automotivos - como oficinas mecânicas, por exemplo. Elas podem indicar novos clientes.

DIVERSIFICAÇÃO

Disponibilizar serviços de troca de óleo, colocação de insulfilme, instalação de equipamentos de som e martelinho de ouro são formas de diversificar.

Os serviços agregados ajudam a enfrentar a concorrência que, principalmente nas grandes cidades, provocou a queda dos preços nos últimos anos.

Alguns lava rápidos estão dispõem ainda de bares ou lanchonetes para melhor atender os clientes que aguardam pela lavagem de seus carros. Além disso, o bar ou lanchonete pode funcionar após o expediente do lava rápido, atendendo outro tipo de público.

Maiores informações poderão ser obtidas acessando as idéias de negócio:

BAR

http://www.sebraees.com.br/ideiasnegocios/pag_mos_ide_neg.asp?tipoobjeto=3&objeto=641&botao=0

LANCHONETE

http://www.sebraees.com.br/ideiasnegocios/pag_mos_ide_neg.asp?tipoobjeto=3&objeto=342&botao=0

NOTÍCIAS

Publicação do Jornal do Comércio:

<http://www.jcam.com.br/materia.php?idMateria=40338&idCaderno=2>

Em 22/06/2006.

Dry Tech inaugura nova loja no Amazonas Shopping

A partir de investimento no valor de R\$ 35 mil a Dry Tech inaugura, hoje, sua mais nova unidade no Amazonas Shopping Center. A proposta da empresa é aliar comodidade a um serviço especializado, de alta tecnologia e ainda ecologicamente correto.

Trata-se de um centro de embelezamento automotivo, que oferece como principal chamariz a limpeza de carros sem a utilização de água, considerada uma grande sensação do setor no momento.

Quem apostou no sucesso do empreendimento foi o químico industrial Pedro de Jesus Gonçalves Júnior, responsável pela vinda da franquia para Manaus há três anos, onde já iniciou o processo de expansão. "Percebemos logo que havia grandes possibilidades de ampliarmos o negócio, pois a resposta dos nossos clientes foi muito positiva", disse o empresário.

De acordo com Pedro Júnior, as estimativas de retorno dos investimentos são bastante ambiciosas.

"Esperamos um faturamento em torno de R\$ 60 mil já nos três primeiros meses", afirmou o empresário que abriu 20 novos postos de trabalho com a instalação da empresa no Amazonas Shopping. "Alguns dos nossos funcionários foram treinados diretamente na matriz da Dry Tech em São Paulo", informou o executivo.

Por ser uma empresa de lavagem automotiva especial, feita em garagens de condomínios, faculdades, shopping centers entre outros espaços, uma das grandes atrações do serviço é comodidade oferecida. "Hoje em dia ninguém quer perder tempo com nada, por isso estamos tão confiantes quanto ao sucesso da Dry Tech em um espaço como o de um shopping, já que enquanto faz suas compras o seu carro é lavado", argumentou o empresário.

Técnica americana

Segundo Pedro Júnior a tecnologia utilizada pela Dry Tech está baseada na utilização de uma cera líquida que lava, encera e dá polimento à pintura do veículo, sem o perigo de riscá-la. "A técnica desenvolvida nos Estados Unidos na década de 80 faz um

verdadeiro tratamento de beleza no veículo, e o que é melhor, sem gastar uma única gota de água”, disse, ressaltando que “por incrível que pareça em um lava-rápido comum se gasta em média cerca de 250 litros de água potável para lavar um carro, o que é uma agressão a natureza, principalmente se pensarmos na provável escassez de água no futuro”.

A preservação do meio ambiente é uma das grandes preocupações da empresa, tida como a única do ramo a possuir certificação emitida pelo IPT (Instituto de Pesquisas Tecnológicas de São Paulo).

Os serviços ecologicamente corretos da Dry Tech serão oferecidos a partir desta quinta-feira, no espaço no segundo piso do edifício garagem, durante todo o horário de funcionamento do shopping.

Pacotes oferecidos

Quem quiser deixar o seu carro como novo, não apenas aspirado, mas com a pintura encerada, cristalizada e impermeabilizada, poderá escolher entre os vários pacotes oferecidos.

Os preços de lavagem que variam de R\$ 17 a R\$ 25, dependem do tamanho do veículo.

Mas não é só isso, o cliente ainda conta com uma equipe especializada em revitalizar vidros manchados, lavagem e hidratação de bancos de couro, limpeza do motor sem uso de água, desodorização de interiores, entre outros serviços.

Os projetos do franqueador da Dry Tech em Manaus ainda prevêem novas unidades da marca na cidade.

“Recebemos muitos convites para levarmos os nossos serviços para algumas fábricas sediadas no Distrito Industrial de Manaus, que estão analisando a novidade com muita atenção”, comentou Pedro Júnior, confirmando que uma boa idéia associada à responsabilidade social também pode render bons negócios.

A proposta ecologicamente correta, onde a utilização de produtos biodegradáveis é seu carro-chefe, já rendeu a Dry Tech Manaus espaço em trabalhos acadêmicos. “Já fomos tema de pesquisas em três faculdades na cidade”, diz o entusiasmado empresário.

CURSOS E TREINAMENTOS

Os cursos de empreendedorismo dão base para estruturar o seu plano de negócios, planejar a empresa e desenvolver características próprias e indispensáveis a empreendedores.

Iniciando um Pequeno Grande Negócio

Carga horária: 30h

Empretec

Carga horária: 72h

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003
Tel.: 3331-5500

Administração Básica para Pequenas Empresas

Carga horária: 20h

O Administração Básica para Pequenas Empresas tem o objetivo de levar aos empresários informações sobre as principais áreas da administração de uma pequena empresa. É um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003

Tel.: 3331-5500

SENAC - Tel: 0800-8832000

Senac Vitória. <http://www.es.senac.br/>

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077 - Bento Ferreira – Vitória - ES

CEP 29050-625

Telefax: (27) 3325-8222

Disque Cursos: (27) 3325-8311

SENAI - Centro de Educação e Tecnologia

Senai Vitória. <http://www.es.senai.br/>

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2235 - Bento Ferreira – Vitória – (ES)

29.052-121 <http://www.es.senai.br>

Tel: 27 3334 5200/3200 3396

Fax: 27 3334 5259

EVENTOS

Salão Internacional do Automóvel

19 a 29 de outubro de 2006

Local: Pavilhão do Anhembi – São Paulo/SP.

Site: http://www.salaodoautomovel.com.br/index_html

AUTOPARTS 2006

04 a 07 de outubro de 2006

Centro de Exposições da FIERGS - Porto Alegre

TECNOSHOW AUTOMOTIVO 2006

01 a 03 de setembro de 2006

Expominas - Belo Horizonte

LEGI SLAÇÃO ESPECÍFICA

Recomenda-se fazer uma consulta ao PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº. 8.078/90).

É interessante, também, fazer uma consulta à “**CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA**”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES.

1. Normas de segurança

Todo empresário deve observar o cumprimento das normas reguladoras (NRs) do Ministério do Trabalho em relação à segurança e à medicina do trabalho. No caso dos lava-rápidos, destacam-se as seguintes:

NR-6: Equipamentos de proteção individual

O empregador é obrigado a fornecer para cada um dos funcionários luvas de látex, avental impermeável, botas de borracha, protetor auricular e máscara para manuseio de produtos químicos. Além disso, deve oferecer treinamento para a utilização correta do material.

NR-7: Exames médicos e PMCSO (Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional)

Além dos exames médicos admissional e demissional, avalia-se a saúde do funcionário de acordo com os níveis de risco e insalubridade aos quais ele está submetido.

NR.9: PPRA (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais)

O objetivo é antecipar possíveis riscos ambientais no ambiente de trabalho.

NR.13: Caldeiras e vasos de pressão

Os trabalhadores em lava-rápidos operam hidrocompressores que precisam ser periodicamente vistoriados.

NR-15: Atividades e operações insalubres

Os fatores de insalubridade aos quais os funcionários de lava-rápidos estão submetidos são, principalmente, a umidade e o ruído (barulho do hidrocompressor).

NR-21: Trabalho a céu aberto

Clínicas de saúde e outras empresas especializadas podem verificar a obediência às normas vigentes e orientar sobre as modificações necessárias. O estrito cumprimento das regras evita processos trabalhistas.

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 Fazenda;
- 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 o seu lava rápido para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

ENTIDADES

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>

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433
Praia do Canto - Vitória/ES
CEP: 29045-401
Tel.: (027) 3135-3167
<http://www.jucerja.rj.gov.br> - Site do Estado do Rio de Janeiro.

PREFEITURA DE VITÓRIA

SEMUS - Sec. Municipal de Saúde – Vigilância Sanitária do Município de Vitória.
Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1185
Forte São João – Vitória/ES
CEP: 29010-331
Tel.: (0xx27) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045
<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO

Rua Duque de Caxias, no. 105
Centro – Vitória/ES
CEP: 29010-000
Tels.: (027) 3380-3771
FAX: (027) 3380-3772
E-mail: crrvitoria@sefa.es.gov.br
<http://www.sefaz.es.gov.br>

CORPO DE BOMBEIROS - CAT (Centro de Atividades Técnicas)

Rua Tenente Mario Francisco de Britto, 100 - Enseada do Suá – Vitória/ES.
CEP: 29050-420
Tel.: (27) 3345 1222 / 3345 0202

FORNECEDORES E FABRICANTES

Equipamentos

CECCATO - DMR INDÚSTRIA MECÂNICA

Rua Sebastiana Guidotti de Campos, 1100 - Parque Campos Elíseos – Limeira / SP.

CEP: 13485-300

Tel.: (19) 3451-4815

Fax: (19) 3451-3396

E-mail: comercial@ceccato-carwash.com.br

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

LEONE EQUIPAMENTOS AUTOMOTIVOS

R Luigi Greco, 192 - Barra Funda

São Paulo / SP

CEP: 01135-030

Tel.: (11) 3392 6363

Fax: (11) 3392 6060

E-mail: leone@leone.equipamento.com.br

<http://www.leone.equipamentos.com.br>

Filial no Espírito Santo

Tel.: (27) 3319-0888

Fax: (27) 3319-0475

CENTRÃO DAS BOMBAS

Rua Florêncio de abreu, 141 - Centro - São Paulo - SP

CEP: 01029-000

Tel.: (11) 3313-0049

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

Materiais de limpeza

JEDAL REVENDEDOR IND. E COMÉRCIO

Rua Constante Piovan, 150 Jardim Três Montanhas Osasco / SP.

CEP: 06263-270

08007029991

Site: <http://www.jedal.com.br>

BIBLIOGRAFIA

Consulta TIPS nºSB5095/GO.

SEBRAE/SP. Lava rápido. São Paulo, 1995.

SEBRAE/PR. Oportunidades: lava rápido. Curitiba: Ed. SEBRAE/PR, 2003.

AIUB, George Wilson; ANDREOLLA, Nadir; ALLEGRETTI, Rogério Della Fávera. Plano de Negócios: Serviços.. 2 ed. Porto Alegre : Ed. SEBRAE/RS, 2000.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999.

ANDRADE, Patrícia Carlos de. Oriente-se: guia de profissões e mercado de trabalho. Rio de Janeiro: Ed. Oriente-se, 2000.

CHAGAS, Fernando Celso Dolabela . O segredo de Luísa - uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. 14 ed. São Paulo: Ed. Cultura Editores e Associados, 1999.

Tudo limpo. REVISTA MEU PRÓPRIO NEGÓCIO, 01/12/2003.

Denyse Godoy. BANHO NO CARRO. REVISTA MEU PRÓPRIO NEGÓCIO, 01/05/2005.

Ricardo Osman. PEGN, 01/04/2005.

Site do Jornal do Comércio:

<http://www.jcam.com.br/materia.php?idMateria=40338&idCaderno=2>

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO

UCE – Unidade de Capacitação Empresarial - SEBRAE/ES

Data de atualização: Julho de 2006.