

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC

Centro de Engenharia, Modelagem e Ciências Sociais Aplicadas – CECS

LAVANDERIA DOMÉSTICA EM CAMPINAS

LAVANDERIA ECOMAX

CAIO ARANHA MARQUES

NATHALIA SARTORI F. DA SILVA

PATRICIA B. SAKAGAMI

SANTO ANDRÉ

2015

SUMÁRIO

1. OBJETIVO.....	4
2. INTRODUÇÃO	4
3. MERCADO.....	5
4. CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO.....	9
5. ANÁLISE DE MERCADO EM CAMPINAS	10
6. MÁQUINARIO; LAY OUT; CAPACIDADE PRODUTIVA	15
6.1 FLUXOGRAMA DO PROCESSO.....	15
6.2 EQUIPAMENTOS.....	17
7. ANÁLISE DE INVESTIMENTO.....	19
7.1 MAQUINÁRIO NECESSÁRIO	21
7.2 CAPITAL INICIAL DO INVESTIMENTO.....	22
7.3 MÃO DE OBRA	24
7.4 CAPACIDADE DE PRODUÇÃO	26
7.5 PRODUTOS NECESSÁRIOS PARA LAVAGEM	27
7.6 INSUMOS.....	28
7.6.1 ENERGIA	28
7.6.2 ÁGUA	28
7.7 CUSTOS FIXOS	Erro! Indicador não definido.
8. PLANO MARKETING.....	31
8.1 LAVANDERIA – O SERVIÇO.....	32
8.2 RELACIONAMENTO COM O CLIENTE	32
8.3 MEIOS DE COMUNICAÇÃO	32
8.3.1 PANFLETOS	32
8.3.2 SITE	33
8.4 MEDIDAS PARA O FUTURO	Erro! Indicador não definido.
8.5 DISTRIBUIÇÃO.....	36
9. IMPACTO AMBIENTAL	37
10. CONCLUSÃO	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Tipologias de Inovação (HAMEL).....	8
FIGURA 2: Trade off – inovação de valor (KIM, 2005).....	8
FIGURA 3: Os 20 maiores IDHM do Estado de São Paulo (IBGE).....	11
FIGURA 4: Interesse em “lavanderia” no decorrer dos últimos anos.....	12
FIGURA 5: Interesse regional em “lavanderia”.....	13
FIGURA 6: Interesse regional em “lavanderia”.....	13
FIGURA 7: Mapa Cambuí e lavanderias próximas.....	15
FIGURA 8 – Fluxograma do processo de uma lavanderia doméstica.....	16
FIGURA 9: Planta da Lavanderia EcoMax.....	19
FIGURA 10: Vista da entrada da Lavanderia.....	20
FIGURA 11 – Vista Lavanderia 1.....	20
FIGURA 12 – Vista Lavanderia 2.....	20
FIGURA13 – Vista Lavanderia 3.....	21
FIGURA 14 – Vista Lavanderia 4.....	21
FIGURA 15 – Simulação BNDES.....	23
FIGURA16 – Preços praticados para água.....	28
FIGURA17 – Panfleto a ser utilizado para divulgação da EcoMax Lavanderia.....	32
FIGURA18 – Página Home do site da EcoMax Lavanderia.....	33
FIGURA 19 – Ícone “About” do site da EcoMax Lavanderia.....	33
FIGURA 20 – Ícone “Dicas” do site da EcoMax.....	34
FIGURA 21: Aplicativo EcoMax.....	34
FIGURA22: Bike com compartimento para entrega.....	35

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Análise SWOT – Lavanderia.....	7
TABELA 2 – Cronograma de implantação da lavanderia.....	9
TABELA 3 – PIB do Estado de São Paulo e Campinas.....	12
TABELA 4 - Dados Técnicos da Lavadora WF431ABP.....	17
TABELA 5 - Dados Técnicos da Secadora DV431AGP.....	18
TABELA 6 - Dados Técnicos do Ferro a vapor AJ3000V.....	19
TABELA 7 – Equipamentos, quantidade e preços para implantação.....	22
TABELA 8 – Simulação das parcelas do financiamento pelo BNDES.....	23
TABELA 9 – Valor do salário e respectivas despesas.....	25
TABELA 10 – Quantidade de funcionários e salários a receber.....	26
TABELA 11 – Quantidade final de pacotes.....	27
TABELA 12 – Valor total a ser gasto com a compra dos produtos.....	27
TABELA 13 – Tabela dos gastos com energia do mês.....	28
TABELA 14 – Consumo de água de uma lavadora WF432ABP.....	29
TABELA 15 – Tarifas, descontos e total a ser pago.....	29
TABELA 16 – Preços dos produtos a serem utilizados na EcoMax Lavanderia.....	30
TABELA 17 – Impostos a serem pagos pelas vendas realizadas.....	32
TABELA 18 - Tabela com os resultados esperados para a lavanderia.....	32

1. OBJETIVO

O trabalho tem como objetivo elaborar um projeto de implantação de uma lavanderia doméstica através de uma análise de mercado e localização ideal da empresa, desenvolvimento do cronograma de implantação, maquinários necessários, investimentos, plano de marketing e por último, e tão importante quanto, os impactos ambientais.

2. INTRODUÇÃO

O hábito de lavar suas roupas em lugares especializados cresce consideravelmente no decorrer dos anos. Algo normal em muitas cidades desenvolvidas, como em New York, onde encontra-se com uma, duas ou até mais lavanderias. Esse hábito tende a crescer também no Brasil, o que possibilita uma interessante oportunidade de negócio.

Com a entrada crescente das mulheres no mercado de trabalho, o crescimento de pessoas morando sozinhas, pequenas áreas de lavanderia residenciais e a falta tempo, fazem com que muitas atividades domésticas sejam terceirizadas. Além da praticidade em terceirizar esses tipos de serviços, o orçamento e gastos domésticos tendem a diminuir, especialmente com diminuição de gastos com energia e água.

Existem cerca de 7,5 mil lavanderias domésticas e 1,5 mil industriais no Brasil, segundo a Associação Nacional das Empresas de Lavanderia (Anel). O mercado nacional segue em impulso, muito também pelos eventos que ocorreram, como a Copa do Mundo, dentre outros que ainda ocorrerão, como as Olimpíadas de 2016, fato que a Anel destaca como importante para manter esse crescimento.

Há praticamente dois tipos de segmentos no ramo: doméstica e industrial. As lavanderias domésticas atendem os serviços residenciais em geral, como lavagem de roupas, tapetes e sofás; as lavanderias industriais prestam serviços às empresas que terceirizam esse serviço, como hotéis, hospitais e outras indústrias.

Uma questão recorrente com o aumento da demanda do serviço de lavanderia são as políticas ambientais das lavanderias. Muitos produtos usados para a lavagem de roupas precisam ser devidamente tratados, por se tratar de produtos químicos de forte impacto ambiental. Há com isso, uma alta tendência de adaptação das lavanderias com a sustentabilidade, utilizando produtos biodegradáveis, aproveitando o reuso da água para atender uma legislação cada vez mais exigentes.

3. MERCADO

O cenário econômico brasileiro é moldado por novas tecnologias, globalização, inovações em diferentes setores e a entrada de novos produtos e serviços, o que resulta em uma maior concorrência entre empresas e produtos, tanto no mercado local quanto no mercado internacional.

Porter (1997) já alertava que, no mundo globalizado, não basta imitar ou copiar o que outras empresas fazem, recomenda-se buscar uma estratégia de diferenciação capaz de produzir produtos e serviços de maior valor para os clientes ou, ainda, produtos de igual valor com custos menores.

3.1 SEGMENTAÇÃO

O Estado de São Paulo concentra a grande parte de lavanderias do país. Essa concentração tende a não só continuar, como também aumentar, por conta da concentração de grandes empresas, eixo de turismo de negócios e crescimento populacional.

As lavanderias domésticas geralmente possuem uma gama de serviços à oferecer aos seus clientes, destacando-se:

- Lavagem tradicional;
- Lavagem à seco;
- Passagem de roupas;
- Limpezas têxteis, como cortinas e tapetes;
- Serviços de entrega;
- Reparos de Roupas, dentre outros

O mercado concorrente no Brasil concentra-se em sua grande parte em franquias nacionais, sendo essas na sua maioria domésticas (SEBRAE, 2012). As franquias tem grande força no país por contarem com máquinas modernas e de alta tecnologia, investindo em redução de custos e transmitindo uma imagem de forte apelo sustentável. Esse é um dos pontos de destaque para as lavanderias, principalmente em questão ao reuso de água e utilização de produtos químicos.

Para uma lavanderia que deseja se instalar no país, os principais fornecedores de insumos e material de operação são (SEBRAE, 2012):

- Fabricantes de máquinas e equipamentos como lavadoras, secadoras, mesas de passar, embalagens de roupas;
- Fabricantes de produtos químicos como detergentes, sabões, cloro, amaciantes;
- Prestadores de serviço de assistência técnica especializada;
- Desenvolvedores de softwares de gestão;
- Fornecedores de mobiliário;
- Fornecedores de equipamentos de tecnologia da informação.

Por conta das questões ambientais, uma maneira de garantir uma cadeia produtiva sustentável é buscar por fornecedores que se adéquem às certificações ambientais, como a ISO 14.001, que especifica os requisitos de um sistema de gestão ambiental, através de metas e políticas sustentáveis.

3.2 ANÁLISE SWOT

Criada por Kenneth Andrews e Roland Cristensen, professores da Harvard Business School, e posteriormente aplicadas por inúmeros acadêmicos, a análise SWOT estuda a competitividade de uma organização segundo quatro variáveis: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças).

Através destas quatro variáveis, poderá fazer-se a inventariação das forças e fraquezas da empresa, das oportunidades e ameaças do meio em que a empresa atua. Quando os pontos fortes de uma organização estão alinhados com os fatores críticos de sucesso para satisfazer as oportunidades de mercado, a empresa será por certo, competitiva no longo prazo (RODRIGUES, et al., 2005).

TABELA 1: Análise SWOT - Lavanderia

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
<u>Fatores Internos</u>	Forças	Fraquezas
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reuso da água; ✓ Sustentabilidade; ✓ Alta demanda por serviços. 	<ul style="list-style-type: none"> × Concorrência de franquias; × Espaço físico.
<u>Fatores Externos</u>	Oportunidades	Ameaças
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investir em sustentabilidade; ✓ Mercado em crescimento no país; ✓ Mulheres no mercado de trabalho. 	<ul style="list-style-type: none"> × Preço mais baixo de franquias; × Impacto Ambiental.

3.3 INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

As inovações tecnológicas podem ser divididas entre radicais e incrementais, como Schumpeter (1984) propõe, sendo:

- Inovações Radicais: em geral são causadoras de grandes revoluções tecnológicas que rompem radicalmente com o passado e são responsáveis por grandes transformações que podem afastar o sistema econômico do equilíbrio vigente;
- Inovações Incrementais: alterações significativas, porém não rompedoras com o passado e que ocorrem com maior frequência, provocando modificações marginais no funcionamento econômico.

Na perspectiva da estratégia, a inovação está ligada à obtenção de vantagens competitivas sustentáveis, ao posicionamento competitivo, aos conceitos de core competence, à capacidade de inovação e à aprendizagem organizacional. Pode-se dizer que, quando se fala de estratégia, a inovação surge como um elemento fundamental da ação e diferenciação das empresas.

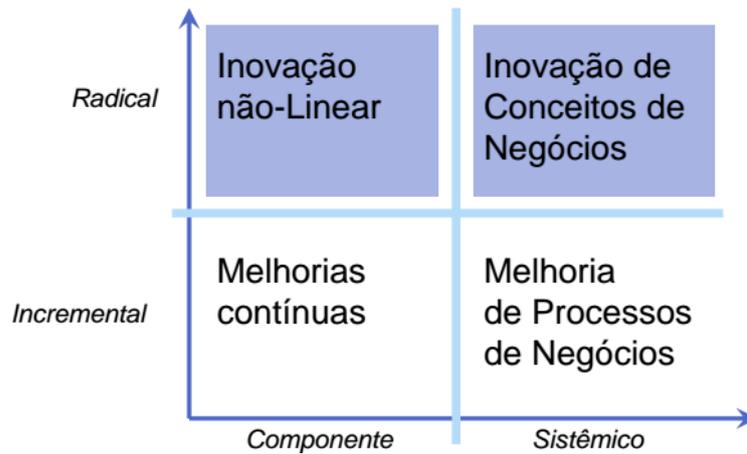


FIGURA 1: Tipologias de Inovação (HAMEL)

O conceito de Oceano Azul é uma abordagem onde se enfatiza a busca de novos nichos de mercado sem a preocupação direta em vencer a concorrência. Esse conceito busca criar espaços de mercado inexplorados ou pouco explorados, tornar a concorrência irrelevante, criar e capturar nova demanda, romper o trade-off de valor custo e alinhar o sistema de atividades da empresa em busca da diferenciação e baixo custo.

Aliando o menor custo possível, juntamente com a proposta de aumentar valor para os clientes, busca-se atingir uma inovação de valor.

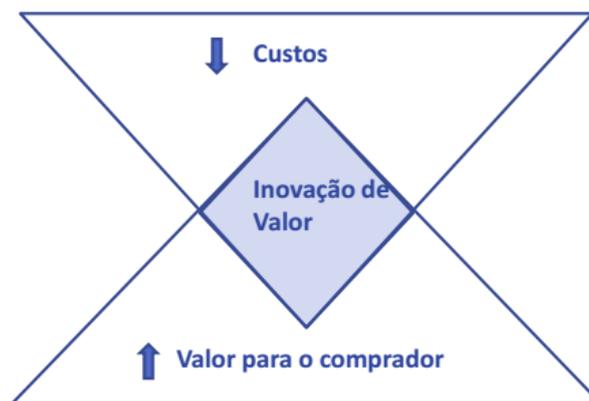


FIGURA 2: Trade off – inovação de valor (KIM, 2005)

4. CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO

A TAB. 1 demonstra as principais atividades a serem realizadas para implantação de uma lavanderia, o tempo foi dividido semanalmente para melhor demonstrar o período necessário para o planejamento, desenvolvimento e lançamento da lavanderia doméstica.

TABELA 2 – Cronograma de implantação da lavanderia.

Atividades	Semanas												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Pesquisa de Mercado	X	X											
Escolha do Local		X	X										
Pesquisa de Fornecedores			X	X	X								
Compra dos Equipamentos					X	X							
Elaboração de contratos						X							
Reforma do estabelecimento						X	X	X	X				
Instalação de equipamentos										X			
Contratação de empregados										X			
Plano de Marketing									X	X	X	X	X
Recebimento de Insumos												X	
Início das atividades													X

Cada uma das atividades descritas no cronograma são essenciais para o desenvolvimento do projeto. Descrição sobre as atividades:

Pesquisa de Mercado: Análise de mercado, público consumidor , expectativas e perspectivas para o negócio de lavanderia nos próximos meses.

Escolha do local: Análise das expectativas, concorrência de mercado e perspectivas financeiras da região, além da escolha do imóvel com as características necessárias para implantação de uma lavanderia.

Pesquisa de fornecedores: busca dos fornecedores com melhores custo/benefício para empresa e início das relações comerciais.

Compra dos equipamentos: avaliação dos equipamentos fixos necessários para o funcionamento da empresa com melhor custo/benefício.

Elaboração dos contratos: busca por melhores preços de fornecedores fixos como detergente, sabões e amaciantes firmando compromissos através de contratos.

Reforma do estabelecimento: Elaborar o layout da lavanderia e as reformas necessárias para o estabelecimento iniciar suas atividades.

Instalação de equipamentos: instalar e testar todos os equipamentos adquiridos, a fim de evitar problemas futuros.

Contratação de empregados: realizar entrevistas e testes para contratação de colaboradores com os mesmos valores da empresa.

Plano de Marketing: Divulgação da nova lavanderia por panfletos e site em torno da região do negócio.

5. ANÁLISE DE MERCADO EM CAMPINAS

5.1 A CIDADE DE CAMPINAS



Campinas é um município brasileiro do interior de São Paulo, sendo o terceiro mais populoso do Estado, atrás da capital São Paulo e da cidade de Guarulhos. A cidade está a cerca de 95 km da capital, sendo rota das principais rodovias do Estado, como a Bandeirantes e Anhanguera (liga a capital ao interior), Dom Pedro I e Santos Dumont. A cidade possui o segundo maior aeroporto do país (Viracopos); uma população estimada em mais de um milhão, cento e cinquenta mil pessoas (IBGE 2014); 800 km² de área urbana.

A região metropolitana de Campinas (RMC) é constituída por 20 municípios, sendo a segunda maior do estado, representa 1,8% do PIB nacional e 7,8% do PIB do Estado de São Paulo (SEADE 2011). A região possui grandes empresas como Motorola, Honda, Toyota, Unilever, Mann, 3M do Brasil, Bosch, Bridgestone, Pirelli, Dell, IBM, BASF, Dow Química, Villares, Ericsson, Singer, Goodyear, CPFL, Elektro, Valeo, Rigesa, International Paper, Nortel, Lucent, Samsung, Medley, Cristália, Romi, Tenneco, General Electric, Texas Instruments, Mabe, Altana, Solectron, AmBev, Caterpillar e Bombardier. O

polo petroquímico é centrado no município de Paulínia, a poucos quilômetros de Campinas, junto à Refinaria do Planalto Paulista da Petrobrás (Replan) é a maior do Brasil uma das maiores da América Latina, e tem empresas como Dupont, Chevron, Shell, Exxon, Grupo Ipiranga, Eucatex e Rhodia.

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de Campinas é 0,805, em 2010, o município está situado na faixa de Desenvolvimento Humano Muito Alto (IDHM entre 0,8 e 1).

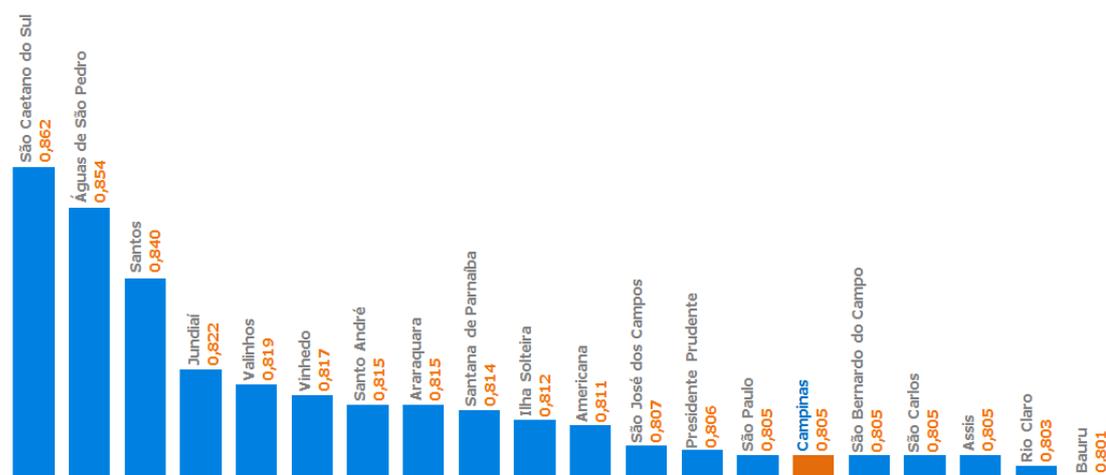


FIGURA 3: Os 20 maiores IDHM do Estado de São Paulo (IBGE)

Campinas possui forte investimento em sua economia, possuindo um dos maiores PIB do Estado, sendo muito importante para o desenvolvimento da RMC. Na região também está localizada uma das principais Universidades do país – Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), iniciada em 1962. Campinas é o terceiro maior polo de pesquisa e desenvolvimento do Brasil, sendo a UNICAMP a maior produtora de patentes nacionais.

A TAB. 3 faz referência aos valores de investimento e PIB do Estado de São Paulo e da cidade de Campinas (SEADE 2012).

TABELA 3 – PIB do Estado de São Paulo e Campinas.

Municípios	Valor Adicionado				Total (em milhões de reais)	Impostos (em milhões de reais)	PIB (em milhões de reais)	PIB per Capita (em reais)
	Agropecuária (em milhões de reais)	Indústria (em milhões de reais)	Serviços (em milhões de reais)					
			Administração Pública	Total				
Estado de São Paulo	21.841,82	288.624,35	109.740,25	844.706,94	1.155.173,11	253.730,76	1.408.903,87	33.593,32
Campinas	49,09	7.040,67	3.027,06	24.146,69	31.236,44	11.529,58	42.766,02	38.843,95

5.2 DEFINIÇÃO DA CIDADE

A definição da localização da Lavanderia se baseou em uma pesquisa feita pelo Google Trends, ferramenta que mostra tendências ao buscar informações sobre uma palavra-chave. A ferramenta disponibiliza o número de pesquisas realizadas e as tendências em cada região.

Buscou-se “lavanderia” e encontraram-se os dados referentes às regiões de interesse. Na FIG. 4, mostra-se o interesse por lavanderia no decorrer dos anos, apresentando um crescimento no ano de 2014 e 2015.



FIGURA 4: Interesse em “lavanderia” no decorrer dos últimos anos.

As figuras 5 e 6 mostram o interesse do Estado de São Paulo referente à pesquisa realizada. A cidade de Campinas aparece em 9º lugar na lista de tendências, aparecendo também as cidades de Piracicaba e Americana (pertencem a RMC) entre as primeiras colocadas.



FIGURA 5: Interesse regional em “lavanderia”

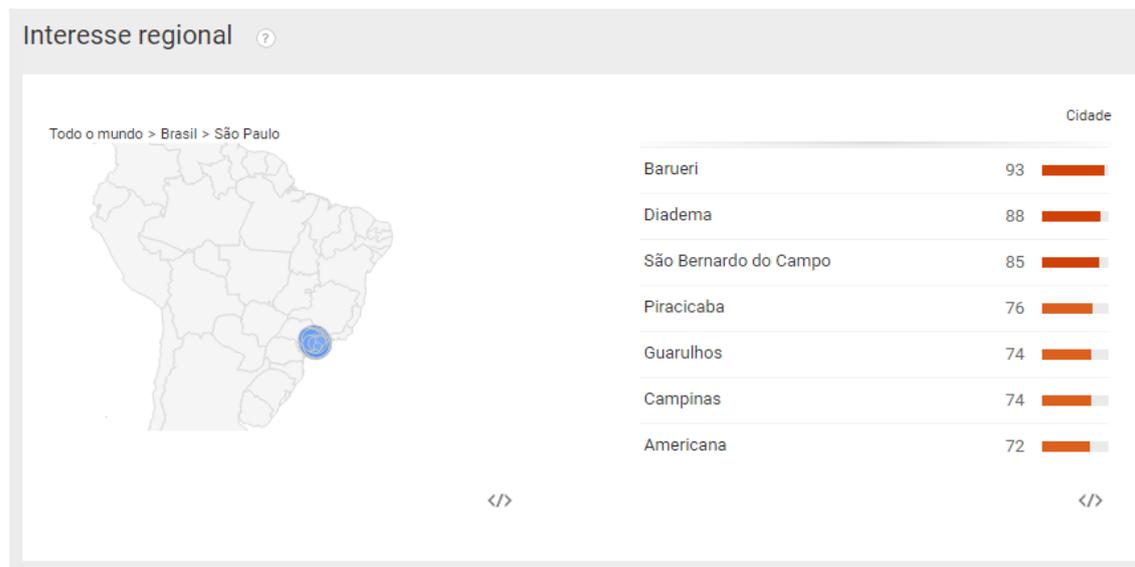


FIGURA 6: Interesse regional em “lavanderia”

A prefeitura de Campinas apresentou em abril de 2015 o plano cicloviário para ser implantado na cidade até 2016. O plano prevê 123 km de ciclovias construídas e abrange pelo menos 20 bairros, passando pelas principais avenidas e bairros da cidade. Fato que impulsionou a definição pela cidade com a ideia de implantação de bicicletas para levar e trazer os produtos de clientes, além de ser um importante item de marketing e propaganda.

O Cambuí é um bairro nobre da cidade de Campinas, localizada na região central da cidade. Possui uma infraestrutura completa, avenidas importantes e áreas residenciais predominantes de prédios. A região tem quase 50 mil habitantes, mais de 3 mil pontos comerciais e cerca de 500 edifícios. Além disso, o bairro possui 8 hotéis. Sendo localizada em uma região importante da cidade, rota das ciclovias previstas pela prefeitura, o bairro foi definido para a localização das lavanderias.

O público alvo da Lavanderia EcoMax são os moradores do Cambuí e dos arredores do bairro. Com o apelo de caráter ambiental e uso de bicicletas para o trabalho de entregas, a Lavanderia EcoMax seria a primeira a ser instalada na cidade de Campinas.

5.3 CONCORRÊNCIA

O bairro do Cambuí possui algumas lavanderias espalhadas. Por ser um bairro residencial de classe alta com um número elevado de habitantes, segue sendo um dos principais pontos de comércio da cidade de Campinas.

A lavanderia EcoMax traz como seu diferencial o tratamento de água e sustentabilidade. Visando uma entrega diferenciada, uso de bicicletas e reuso da água, a lavanderia busca espaço em um mercado ainda pouco explorado na cidade – das lavanderias sustentáveis. A busca por parcerias com empresas e comércios da região pode ser um diferencial da EcoMax.

Na figura 7 apresenta-se um pequeno mapa do bairro do Cambuí e os arredores da Avenida Coronel Silva Teles. Em destaque na seta está a localização da lavanderia EcoMax.



Figura 7: Mapa Cambuí e lavanderias próximas

Algumas vantagens relacionadas a localização são:

- Bairro residencial com grande potencial de consumo dos serviços prestados;
- Possível captação dos clientes do mercado;
- Otimização do tempo devido à praticidade na rotina do consumidor;
- Há clubes, bancos, clínicas e outros comercios próximos a região da

Lavanderia.

6. MÁQUINARIO; LAY OUT; CAPACIDADE PRODUTIVA

6.1 FLUXOGRAMA DO PROCESSO

O início do processo é através do recebimento das vestimentas, seguido da contagem das mesmas na qual são separadas por tipos de peças para se calcular o preço e logo após informado ao cliente. O processo segue com a separação das roupas de acordo com a cor, para que não ocorra nenhum incidente com relação a tingimento dos tecidos.

As vestimentas entram em processo de lavagem com os devidos produtos químicos, adequados para cada tipo de roupa, em seguida entram em processo de centrifugação e secagem. Após passar pelo processo de secagem, as roupas são passadas no ferro a vapor e

dobradas e em seguida são armazenadas para serem retiradas pelo cliente ou separadas para entrega delivery (SEBRAE).

O fluxograma do processo a ser utilizado desde a entrada da roupa a ser lavada no estabelecimento até sua saída encontra-se na figura 8.

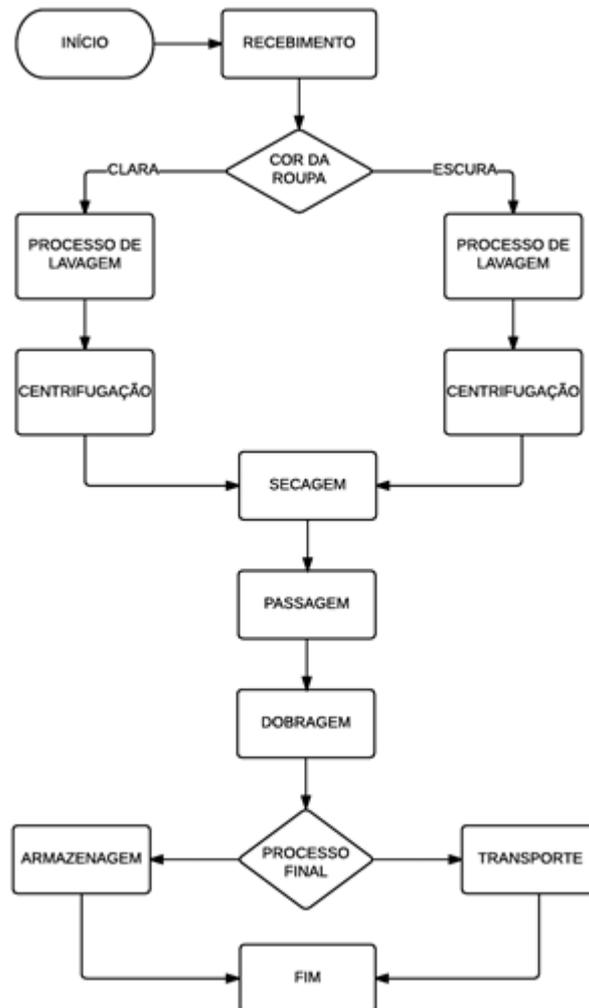


FIGURA 8 – Fluxograma do processo de uma lavanderia doméstica.

Descrição do processo de lavagem

Para se obter uma eficiência na remoção de manchas, será utilizado o processo de lavagem à água (veículo de remoção das sujeiras nas roupas), detergente e outros aditivos químicos são adicionados para auxiliar a retirada de manchas e sujeiras. Os produtos a serem utilizados serão:

Detergente em Pó – Clean S786: Recomendado para remoção de sujeiras em tecidos sintéticos e fibras naturais. A recomendação do fabricante é de 5 a 10 gramas para cada quilo de roupa.

Alvejante para roupas – Clean AL800: Produto concentrado, utilizado em roupas brancas para remover manchas sem prejudicar o tecido. A recomendação do fabricante é de 3 a 10 gramas por quilo de roupa.

Amaciante para Roupa – Clean S700: Recomendado para roupas sintéticas e naturais, na qual proporciona maciez e um perfume floral. A recomendação do fabricante é de 0,5% por quilo de roupa (CLEAN VALE).

6.2 EQUIPAMENTOS

Os equipamentos utilizados na lavanderia EcoMax serão modernos, na qual buscam maior eficiência nas operações visando um processo sustentável, e dessa maneira ajudar na redução do consumo de energia elétrica e de água.

Antes de escolher a máquina de lavar e de secar, foi feita uma análise dos equipamentos oferecidos no mercado e feita uma comparação das especificações técnicas desses equipamentos com objetivo de escolher o modelo mais econômico e de boa qualidade.

Após a análise, as máquinas escolhidas foram da fabricante Samsung modelos WF431ABP e DV431AGP. As informações mais relevantes estão nas TAB. 4 e 5.

TABELA 4 - Dados Técnicos da Lavadora WF431ABP

Marca e Modelo Lavadora Samsung - WF431ABP	
Preço	R\$ 4.069,90
Consumo de água	132 litros/ciclo
Pressão da água	137 kPa - 800kPa
Capacidade de Lavagem	14 kg
Classificação energética	A
Alimentação de Energia	127V / 60Hz

RPM		1200
Tempo do ciclo padrão		43 min
Consumo de energia	Lavagem	250 W
	Lavagem e Aquecimento	1100 W
	Centrifugação	600 W
	Bombeamento	30 W
Limpeza de tambor ecológica		

Tabela 5 - Dados Técnicos da Secadora DV431AGP

Marca e Modelo	
Secadora Samsung - DV431AGP	
Preço	R\$ 3.868,00
Capacidade de Secagem	17 kg
Alimentação de Energia	127V / 60Hz
Secagem	1,37 (kg/kWh)
Tempo do ciclo padrão	42 min
Resistência	5300 W

A marca Samsung desenvolveu a tecnologia PowerFoam™, e a lavadora escolhida possui a tecnologia na qual promete economia de energia de até 60% garantindo que a lavagem com água fria tenha a mesma qualidade de quando utilizado água quente. Possui também, a tecnologia limpeza ecológica PureCycle™, na qual aliado a água quente (60°) e alta rotação, resulta na eliminação dos resíduos de detergente, sujeiras e bactérias que se formam nas superfícies internas do tambor da lavadora, na qual gera um acabamento brilhante. A lavadora e a secadora possuem o Digitel Inverter Motor na qual fornece maior durabilidade e funciona sem correias e engrenagens, o que reduz as vibrações tornando os equipamentos mais silenciosos.

O ferro a vapor escolhido, marca Black and Decker, modelo AJ3000V e as especificações técnicas estão na TAB. 6.

TABELA 6 - Dados Técnicos do Ferro a vapor AJ3000V

Ferro a vapor - Black and Decker - AJ3000V	
Preço	R\$ 166,90
Alimentação de Energia	127V / 60Hz
Potência	1200 W
Ferro a vapor com tecnologia TLC (Thermal Led Control)	
Sistema anticálcio – evita a corrosão da câmara de vapor	
Sistema autolimpante	

6.3 LAYOUT

Buscando otimização do espaço da Lavanderia, o projeto de layout está representado pela planta baixa na figura 9.

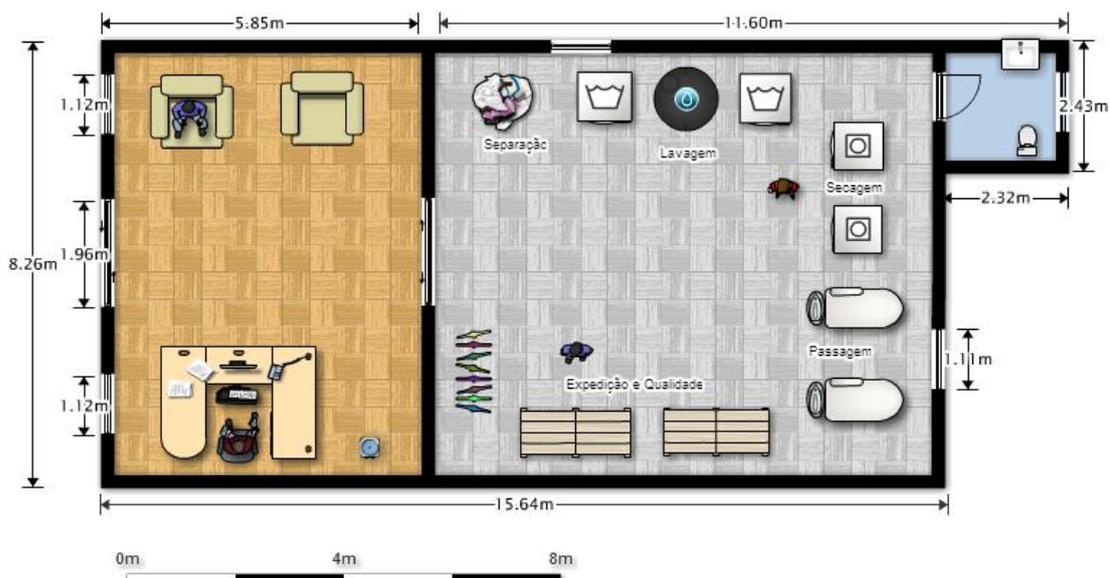


FIGURA 9: Planta da Lavanderia EcoMax



FIGURA 10: Vista da entrada da Lavanderia



FIGURA 11 – Vista Lavanderia



FIGURA 12 – Vista Lavanderia



Figura 13 – Vista Lavanderia



Figura 14 – Vista Lavanderia

7. ANÁLISE DE INVESTIMENTO

7.1 MAQUINÁRIO NECESSÁRIO

Para implantação de uma lavanderia será necessário os equipamentos, quantidades e preços descritos na TAB 7.

TABELA 7 – Equipamentos, quantidade e preços para implantação de uma lavanderia.

Equipamento	Quantidade (unidades)	Preço (R\$/unidade)
<i>Sala de Espera</i>		
Balcão	1	1.000,00
Poltrona	2	500,00
Computador	2	2.000,00
Ar-condicionado	1	2.000,00
Impressora	1	250,00
Telefone	2	50,00
Software de gestão	1	250,00
Impressora de cupom fiscal	1	605,00
<i>Operação</i>		
Lavadora	2	4.069,90
Secadora a gás	2	3.868,00
Ferro a vapor	3	166,90
Tábua de passar roupa	3	185,90
Cabideiros	2	90,00
Cabides	1000	0,75
Balança	1	380,00
Balança portátil de gancho até 50kgs	2	58,00
Sacos de papel Kraft para entrega	1000	0,10
<i>Transporte</i>		
Bicicleta adaptada	1	2.000,00
Triciclo modelo furgão	1	10.000,00
<i>Outros</i>		
Tanque de Armazenagem		400,00
Container de 1000lts		
Reforma		10.000,00
Total do investimento		R\$ 50.065,20

7.2 CAPITAL INICIAL DO INVESTIMENTO

O capital inicial de investimento será obtido por empréstimo do BNDES. Uma consulta foi feita no “Mais BNDES” levando em conta um empréstimo para compra de maquinários e equipamentos, exceto veículo de transporte. As condições possíveis estão na figura 15, a opção que optamos foi a segunda levando em conta 7% a.a. e um financiamento de 80% do total do investimento necessário. A escolha foi feita baseando-se na condição que apresentava taxa fixa, por com esta ser possível um melhor planejamento das finanças dos próximos anos.

Opções selecionadas: Pessoa Jurídica >> Empresa >> Até R\$ 2,4 milhões >> SP : CAMPINAS >> Cnae: S9601701 >> Máquinas e equipamentos (inclusive agrícolas) >> Compra >> Máquinas e equipamentos, exceto veículos de transporte

*** A contratação do financiamento está condicionada à análise de crédito**

Veja abaixo as opções de apoio financeiro que mais se enquadram ao seu negócio:

Clique na opção de apoio desejada para obter maiores informações

Nome do apoio financeiro (*)	Taxa de juros	Quanto o BNDES financia	Prazo do financiamento
Cartão BNDES - Máquinas e equipamentos (industriais, agrícolas, uso misto etc)	Fixa	até 100%	de 3 a 48 meses
BNDES Finame PSI Bens de Capital - MPME	7,0% a.a.	até 80% (+10%)	até 96 meses
BNDES Finame BK Aquisição - MPME	Variável	até 70% (+20%)	até 60 meses

Financiamento às micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) realizado através de crédito rotativo no Portal de Operações do Cartão BNDES, destinado à aquisição de máquinas e equipamentos (industriais, agrícolas, uso misto etc). Este financiamento é realizado através dos agentes financeiros do BNDES credenciados para operarem no Cartão BNDES. Para mais informações clique aqui.

Financiamento destinado à aquisição de máquinas e equipamentos credenciados no BNDES, exceto veículos de transporte. Admite-se o financiamento a capital de giro associado. Este financiamento é realizado através dos agentes financeiros do BNDES (bancos comerciais, bancos de desenvolvimento, cooperativas de crédito etc). Há a possibilidade de utilização do Fundo Garantidor para Investimentos (BNDES FGI) para complementar as garantias das empresas. Para mais informações clique aqui.

Financiamento destinado à aquisição de máquinas e equipamentos credenciados no BNDES, exceto veículos de transporte. Admite-se o financiamento a capital de giro associado. Este financiamento é realizado através dos agentes financeiros do BNDES (bancos comerciais, bancos de desenvolvimento, cooperativas de crédito etc). Há a possibilidade de utilização do Fundo Garantidor para Investimentos (BNDES FGI) para complementar as garantias das empresas. Para mais informações clique aqui.

< Voltar << Voltar para o início

 **BNDES** O banco nacional do desenvolvimento

[://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Orientador/Roteiros/AOI_139...](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Orientador/Roteiros/AOI_139...)

FIGURA 15 – Opções oferecidas pelo programa de simulação “Mais BNDES” para financiamento da compra máquinas e equipamentos

Como calculado na TAB. 7, os gastos com investimento inicial menos o carro seria de R\$38.065,20, como o financiamento pode ser feito em 80% do total do investimento, R\$30.452,16 podem ser financiados e R\$ 7.603,04 devem ser alocados nos investimentos iniciais do negócio.

Na TAB. 8 temos a simulação das parcelas a serem pagas de acordo com o tempo de financiamento.

TABELA 8 – Simulação das parcelas do financiamento a ser realizado pelo BNDES.

Tempo (anos)	Valor Presente (desconsiderando veículos):	$(1+0,07)^{\text{tempo}}$	Valor total ao final do período	Valor mensal
1	R\$ 30.452,16	1,07	R\$ 32.583,81	R\$ 2.715,32
2		1,1449	R\$ 34.864,68	R\$ 1.452,69
3		1,225043	R\$ 37.305,21	R\$ 1.036,26
4		1,31079601	R\$ 39.916,57	R\$ 831,60
5		1,402551731	R\$ 42.710,73	R\$ 711,85
6		1,500730352	R\$ 45.700,48	R\$ 634,73
7		1,605781476	R\$ 48.899,51	R\$ 582,14
8		1,71818618	R\$ 52.322,48	R\$ 545,03

7.3 MÃO DE OBRA

Para completo funcionamento da Lavanderia precisamos de cinco funcionários, são eles:

Separador: responsável pela separação das roupas em cores claras e escuras, identificação de manchas que necessitam de cuidados especiais e gerenciamento das entregas, deve ter bom conhecimento sobre lavagem de roupas e manchas.

Lavadeiro: responsável pela lavagem e secagem de roupas, também deve ter bom conhecimento técnico sobre lavagem de roupas e manchas, já que será a principal responsável pela reputação da empresa com os clientes.

Passadeira: responsável pela vistoria das peças e passar as peças, deve ter treinamento e prática para passar a roupa na temperatura ideal sem danificá-la e dobrá-la corretamente.

Entregador: responsável por retirar e entregar as peças, deve ser responsável e comunicativo, pois terá contato direto com o cliente.

Recepcionista: responsável pelo atendimento ao cliente, atender telefone, realizar orçamentos e cuidar das entregas e retiradas a serem feitas pelo entregador.

O horário de funcionamento da lavanderia será das 8 às 19hs para atendimento ao cliente e das 8 às 18hs para produção, de segunda a sexta, e das 8 às 12hs para atendimento e produção aos sábados. Assim os funcionários serão contratados no regime CLT, 8 horas diárias com duas horas de almoço, não podendo ultrapassar 44 horas por semana. O proprietário será responsável pelo atendimento ao cliente no horário de almoço e após as 18hs, caso a demanda supere o esperado, será contratado um novo funcionário para trabalhar na recepção, alternando horários.

O novo piso salarial para a classe dos lavadeiros em 2015, foi de R\$ 905,00, segundo divulgado pelo Governo do Estado de São Paulo, em seu site. Por isso consideraremos R\$5,80 por hora de trabalho realizado para cada um dos funcionários da lavanderia. Os cálculos para TAB. 9 efetuados com a ajuda do site Calculator, onde foram considerados vale transporte com duas passagens diárias, vale refeição de R\$ 20,00 por dia e um plano de saúde Bradesco no valor de R\$200,00. Para o vale transporte foi considerado um desconto do salário de 6%, na qual essa porcentagem é a máxima que se pode descontar do salário do funcionário. Os gastos ao total da folha de pagamento da lavanderia estão na TAB. 10.

TABELA 9 – Valor do salário e respectivas despesas totais a lavanderia de cada funcionário.

Evento	Referência	Valor
Salário	-	R\$ 1.097,36
Vale transporte	-	R\$ 140,00
Desconto vale transporte	6%	-R\$ 65,84
Vale refeição	-	R\$ 400,00
Plano de saúde	-	R\$ 200,00
Outros benefícios	-	R\$ 0,00
Provisão 13º salário	-	R\$ 91,45
Provisão Férias	-	R\$ 91,45
Provisão 1/3 Férias	-	R\$ 30,48
FGTS	-	R\$ 87,79
Provisão FGTS (13º e Férias)	-	R\$ 17,07

INSS	20,00%	R\$ 219,47
Provisão INSS (13º e Férias)	-	R\$ 42,68
Custo Funcionário	R\$ 2.351,90	

TABELA 10 – Quantidade de funcionários e salários a receber.

Funcionário	Valores dos Salários	Custo a Lavanderia
Recepcionista	R\$ 1.097,36	R\$ 2.351,90
Separador	R\$ 1.097,36	R\$ 2.351,90
Lavadeiro	R\$ 1.097,36	R\$ 2.351,90
Passadeira	R\$ 1.097,36	R\$ 2.351,90
Entregador	R\$ 1.097,36	R\$ 2.351,90
Total	R\$ 5.486,80	R\$ 11.759,50

7.4 CAPACIDADE DE PRODUÇÃO

A máquina de lavar escolhida, Samsung WF431ABP, realiza um ciclo de lavagem a cada 43 minutos com capacidade máxima de 14kgs de roupas por ciclo. Considerando um tempo de 5 minutos para colocar as roupas na máquina e programa-la e mais 5 minutos ao final do ciclo para retirada das roupas, seriam gastos 53 minutos por ciclo. A lavanderia terá um expediente de produção de 44 horas semanais, portanto seria possível na melhor das hipóteses 54 ciclos completos de lavagem por semana a cada máquina de lavar. Considerando que a lavanderia possui duas máquinas de lavar, a capacidade máxima de lavagem seriam de aproximadamente 1.500 kgs por semana, sendo 280kgs de roupas lavadas por dia de segunda a sexta e 100kgs por dia durante o sábado.

Como devemos considerar as hipóteses que não são todos os ciclos que serão alcançados a capacidade máxima da lavadora e que outros efeitos internos e externos podem afetar a produção como, por exemplo, manutenção dos equipamentos, falta de demanda, licença de empregados, então trabalharemos com o valor de 80% da capacidade máxima que seriam 1.200 kgs por semana, em um mês consideraremos 4,3 semanas, dando aproximadamente 5.000 kgs por mês.

7.5 PRODUTOS NECESSÁRIOS PARA LAVAGEM

Com os cálculos realizados de uma lavagem de 5.000 kgs por mês, podemos simular a quantidade de produtos necessários para lavagem.

TABELA 11 – Quantidade final de pacotes a comprar de acordo com a estipulação de roupas a lavar no mês.

Produto	Quantidade de roupa no mês (kg)	Recomendação média (g/kg de roupa)	Quantidade necessária do produto (kg)	Quantidade por pacote	Quantidade final de pacotes a comprar
Detergente em pó Clean S 786	5000	8	40	20 kg	2
Alvejante Clean AL 800		6	30	20 Kg	1,5
Amaciante Clean S700		0,5%	25	5 l	5

TABELA 12 – Valor total a ser gasto com a compra dos produtos necessários a lavagem.

Produto	Quantidade final de pacotes	Preço do pacote	Valor Total
Detergente em pó Clean S 786	2	R\$ 127,60	R\$ 765,60
Alvejante Clean AL 800	2	R\$ 258,00	R\$ 516,00
Amaciante Clean S700	5	R\$ 35,40	R\$ 177,00
		Total	R\$ 1458,6

7.6 INSUMOS

7.6.1 ENERGIA

Para calcular o consumo de energia elétrica da lavanderia foram utilizados como base as informações técnicas de cada equipamento utilizado.

Assim como os cálculos da produção, levou-se em conta 44 horas de trabalho semanal e 4,3 semanas por mês, sendo assim, aproximadamente, 189 horas trabalhadas por mês. Considerando 80% da capacidade máxima, seriam, aproximadamente, 151 horas de máquinas operando.

Os gastos com a luz pelos principais equipamentos da lavanderia giram em torno de R\$ 2.343,59(TAB. 13). Não foram considerados gastos com luz e computador, por considerar que estes são mínimos quando comparado ao restante dos gastos. Foram utilizados os preços consultados na Agência Nacional de Energia Elétrica, acima de 220Kwh consumidos, levando em conta PIS, COFINS e ICMS, sendo o ICMS referente ao comércio de 18%, dando um valor de R\$0,53/Kwh

TABELA 13 – Tabela dos gastos com energia do mês.

	Gastos com lavagem	No mês serão gastos (KW)	Preço de R\$ 0,53/Kw
Lavadora	1980	597,96	R\$ 316,42
Secadora	1,37 (Kg/KWh)	3.649,64	R\$ 1.931,28
Ferro	1,200 kW por hora	181,20	R\$ 95,89
	Total	4.428,80	R\$ 2.343,59

7.6.2 ÁGUA

No dia 5 de janeiro de 2015 foi publicado no Diário Oficial do Município de Campinas os reajustes de preços a serem praticados 30 dias após sua publicação, na figura 16 apresenta-se os preços referente a água e esgoto para os comércios, como a Lavanderia em questão.

CATEGORIA COMERCIAL						
FAIXAS DE CONSUMO (M ³)	ÁGUA TRATADA		COLETA E AFASTAMENTO DE ESGOTO		TRATAMENTO DE ESGOTO	
	TARIFA (RS/M ³)	PARCELA A DEDUZIR (RS)	TARIFA (RS/M ³)	PARCELA A DEDUZIR (RS)	TARIFA (RS/M ³)	PARCELA A DEDUZIR (RS)
DE 0 ATÉ 10 M ³ /MÊS	46,39	0,00	37,11	0,00	19,94	0,00
DE 11 A 20	7,74	31,01	6,19	24,79	3,33	13,36
DE 21 A 30	12,32	122,61	9,85	97,99	5,30	52,76
DE 31 A 40	14,49	187,71	11,60	150,49	6,24	80,96
DE 41 A 50	16,88	283,31	13,49	226,09	7,26	121,76
ACIMA DE 50	20,35	456,81	16,28	365,59	8,75	196,26

Figura 16 – Preços praticados para água, em 2015, na cidade de Campinas, publicado no Diário Oficial no dia 05/02/2015.

Fonte: Diário Oficial do Município de Campinas de 5 de fev. 2015 <<http://campinas.sp.gov.br/uploads/pdf/735238638.pdf>>.

Com base no consumo de água disponibilizado na ficha técnica da máquina de lavar Samsung WF431ABP e a estimativa de roupas a serem lavadas em nossa lavanderia, conseguimos quantificar os m³ de água serão consumidos por mês (TAB 14).

TABELA 14 – Consumo de água de uma lavadora WF432ABP

Consumo por ciclo (l)	Ciclos totais do mês	m ³ /mês
132	357	47,14

Porém pretende-se utilizar um tanque de armazenagem que reaproveitará a segunda metade da água utilizada no ciclo, para realizar a primeira lavagem de outro ciclo, com isso espera-se que a conta de água seja economizada em 40% do total, transformando o consumo em aproximadamente 28m³ de água. Como a previsão de consumo está entre 20 e 30 m³, os preços a serem praticados estão na TAB.15 .

TABELA 15 – Tarifas, descontos e total a ser pago considerando um consumo de 28 m³ por mês.

	Tarifa (R\$)	Desconto (R\$)	Total para 28 m³ (R\$)
Água Tratada	12,32	122,61	222,35
Coleta e Afastamento de Esgoto	9,85	97,99	177,81
Tratamento do Esgoto	5,3	52,76	95,64
Total			R\$ 495,80

7.7 PREÇO DOS PRODUTOS

O preço dos produtos foram feitos com base nos preços das concorrência, optando-se também pela utilização de lavagem a peso, onde deve-se salientar que peça delicadas e com manchas difíceis não podem entrar no pacote por kg. Na TAB. 16 os preços a serem utilizados estão dispostos.

TABELA 16 – Preços dos produtos a serem utilizados na EcoMax Lavanderia.

Peça	Preço Lavar/Passar	
Bermuda	R\$	9,00
Blusa Feminina Simples	R\$	6,00
Blaser/Paletó	R\$	14,00
Calça jeans	R\$	8,50
Calça social	R\$	10,00
Camisa social	R\$	9,00
Camisa esporte	R\$	8,00
Camisa tipo pólo	R\$	8,50
Camisa malha/camiseta (masculina)	R\$	7,00
Casaco de lã	R\$	14,00
Casaco de moletom	R\$	11,00
Saia curta	R\$	11,00
Short	R\$	6,00
Sobretudo	R\$	25,00
Terno	R\$	22,00

Vestido	R\$	20,00
Vestido de Festa longo	R\$	35,00
Por kg*	R\$	21,00

*Exceto roupas delicadas e com manchas difíceis.

Para peças especiais, recomenda-se realizar o orçamento com um dos atendentes, a fim de os preços serem o mais transparente e justos a suas necessidades.

7.8 Viabilidade Econômica

Supondo que o número total de vendas tenha gerado uma receita total de R\$27.000,00 para a empresa. Admitindo este valor, iremos simular os gastos com impostos (TAB. 17) e o demonstrativo de resultado (TAB. 18).

TABELA 17 – Impostos a serem pagos pelas vendas realizadas.

<i>Impostos e Contribuições Mensais</i>				
Serviço	Estado	ICMS	Pis/COFINS	Valor
Total das vendas	SP	18,00%	9,25%	R\$ 8.175,00

TABELA 18 - Tabela com os resultados esperados para a lavanderia.

Receita	R\$ 30.000,00
Custo fixos	
Mão de Obra	R\$ 11.759,50
Insumos	R\$ 1.345,60
Energia Elétrica	R\$ 2.343,59
Água	R\$ 485,80
Total	R\$ 15.934,49
Gastos Variáveis	R\$ 95,90
Gastos Fixos	R\$ 634,73
Resultado	R\$ 13.334,88

8. PLANO MARKETING

8.1 LAVANDERIA – O SERVIÇO

A lavanderia MAX tem como objetivo oferecer um serviço de lavagem de roupas domésticas com qualidade, agilidade, comprometimento com o meio ambiente e menores preços. Nossos serviços contam com profissionais qualificados para lavagem de roupas e atendimento ao cliente, prezando pela qualidade e agilidade nas entregas.

8.2 RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

A satisfação do cliente junto com o comprometimento com o meio ambiente estão em primeiro lugar nos objetivos de nossa empresa. Para isso buscamos aprimorar nosso negócio através de constantes avaliações de nossos serviços com os clientes, sempre aceitando sugestões.

Para fidelizar os clientes criamos o cartão de pontos, a cada compra o cliente acumula pontos que podem ser trocados por descontos nas próximas compras.

8.3 MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Como estratégia de comunicação foram desenvolvidos os seguintes canais: panfleto, site e aplicativo.

8.3.1 PANFLETOS

Os panfletos foram desenvolvidos para entrega em toda região, a fim de divulgar a abertura da nova lavanderia para os clientes de forma simples e rápida. Segue na FIG. 17 o modelo de panfleto a ser utilizado.

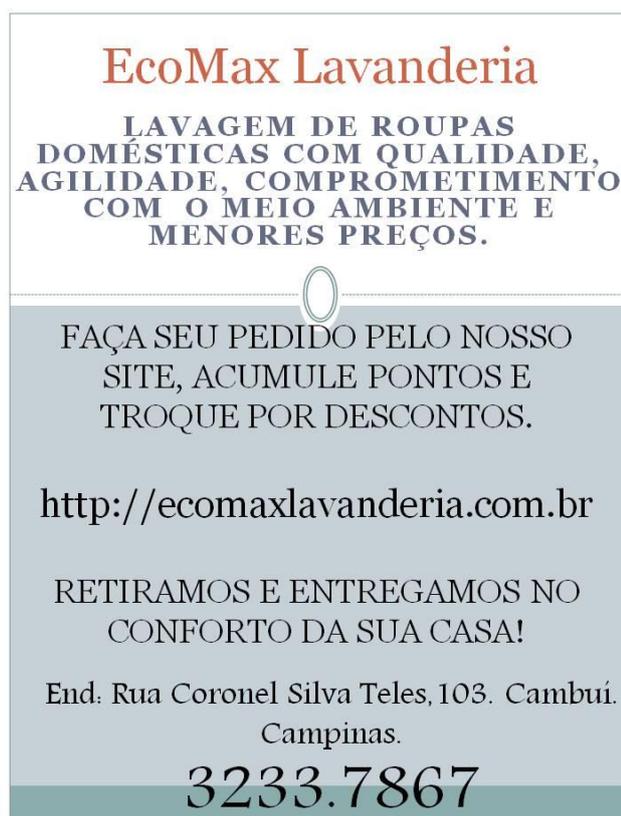


Figura 17 – Panfleto a ser utilizado para divulgação da EcoMax Lavanderia.

8.3.2 SITE

O site foi desenvolvido de forma simples e intuitiva para atender todos os tipos de clientes, já que atualmente a internet é o canal de comunicação mais importante para um novo negócio, também foi desenvolvido um layout para ser aberto em smartphones.



Figura 18 – Página Home do site da EcoMax Lavanderia.

Além da entrada de apresentação, ainda é possível entender um pouco mais sobre a empresa no índice “About”, conseguir dicas sobre roupas e promoções na aba “Dicas”, fazer seu pedido online para retiradas e entregas com hora marcada na aba “Fazer Pedidos” e o lugar onde a lavanderia esta situada em “localização”.

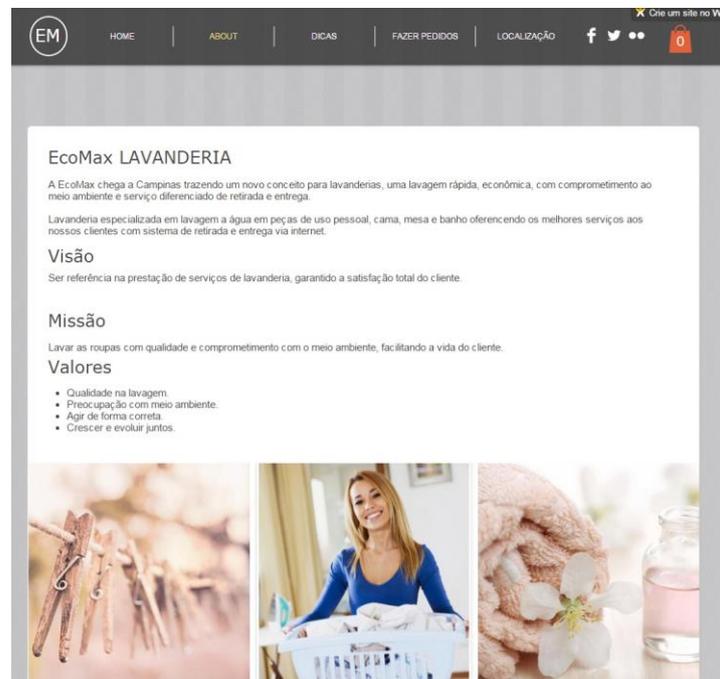


Figura 19 – Ícone “About” do site da EcoMax Lavanderia



Figura 20 – Ícone “Dicas” do site da EcoMax.

8.3.3 APLICATIVO

O aplicativo EcoMax teria basicamente as mesmas funções do site, com intuito de facilitar o contato com o cliente e a realização de pedidos de forma mais rápida.



Figura 21: Aplicativo EcoMax

8.4 USO DAS BICICLETAS

Com as crescentes discussões e investimento em ciclovias e o uso das bicicletas como meio de transporte, abre-se uma ótima oportunidade de unir a sustentabilidade proposta pela EcoMax, juntamente com o uso das bicicletas como meios de marketing.

As bicicletas para o serviço de “leva e traz” são importantes para a propaganda, por chamar a atenção visual, além de ser um meio eficiente e saudável, mostrando uma preocupação com a sustentabilidade e o trânsito. Aliás, o trânsito na cidade de Campinas tem sérios problemas, sendo muito equivalente ao das outras grandes cidades, como a capital São Paulo.

A figura abaixo mostra um exemplo de como poderia ser feito a entrega e o uso do compartimento como ferramenta de propaganda, seja da própria EcoMax ou de empresas/comércios parceiros.



Figura 22: Bike com compartimento para entrega

8.5 MEDIDAS PARA O FUTURO

Melhorar a relação empresa/cliente através da formulação de promoções para os clientes fiéis, além de levar a diante a acumulação de pontos para serem trocados por descontos em próximas compras. Clientes fiéis recomendam os serviços a amigos e tendem a gastar mais conforme a relação de confiança vai se expandindo.

Além disso, o objetivo da empresa é ampliar os cuidados com o meio ambiente, investindo em equipamentos para tornar a água potável, diminuindo o consumo mensal de água e os impactos ambientais causados pelo excesso de esgotos.

8.5 DISTRIBUIÇÃO

Serão utilizados dois meios de transporte para realizar o delivery: uma bicicleta e um triciclo modelo furgão. A bicicleta será utilizada principalmente nas regiões mais próximas a lavanderia, em busca da sustentabilidade, diminuindo a poluição, os gastos com combustíveis e tempo no trânsito. Apesar da cidade de Campinas vim investindo em novas ciclovias, o fato de não ser totalmente plana inviabiliza a entrega com bicicletas em certas regiões, e nessas regiões as retiradas/entregas serão feitas por um triciclo modelo furgão, que possibilita o transporte sem danificar as roupas e menor poluição quando comparado a um carro.

9. IMPACTO AMBIENTAL

Existe uma grande preocupação com a sustentabilidade nas atividades das lavanderias. O desenvolvimento de técnicas sustentáveis, como uso de produtos biodegradáveis, investimento em máquinas modernas, reuso da água, dentre outros pontos são de importância para o mercado.

A água tem importância fundamental no processo de higiene, limpeza e lavagem de roupas. A qualidade da água pode interferir no resultado da lavagem, seja positivamente ou negativamente, fato que necessita atenção especial das lavanderias. De acordo com a American Water Works Association, os principais componentes da água que podem interferir no processo de lavagem são:

- Ferro, Cobre, Manganês, Cálcio, Magnésio e Cloretos;
- Alcalinidade parcial – bicarbonato e acidez;
- Iodo, algas, limo e bactérias;
- Sólidos em suspensão.

Esses componentes podem causar amarelamento dos tecidos, manchas, degradação dos alvejantes, corrosão aos equipamentos, dentre outros.

Os efluentes da Lavanderia EcoMax deverão ser submetidos a processos de tratamento antes do descarte (SINDLAV).

As leis e resoluções que devem ser seguidas para uma lavanderia são:

- Lei nº 997/76, de 31 de maio de 1976: Dispõe sobre o Controle da Poluição do Meio Ambiente, as Lavanderias em geral estão sujeitas ao Licenciamento Ambiental (Licença Prévia, Licença de Instalação e Licença de Operação);
- Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010: institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos;
- Lei Federal nº 6.437, de 20 de Agosto de 1977: Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas, e dá outras providências;

- Resolução ANA nº 317, de 26/08/2003: Institui o registro obrigatório no Sistema Nacional de Informações Sobre Recursos Hídricos (SNIRH) de pessoas físicas e jurídicas de direito público ou privadas usuárias de recursos hídricos em todo o País que realizam intervenções diretas como a captação de água ou lançamento de efluentes em corpos de água de domínio federal ou estadual. Caso a água seja fornecida pelo sistema de abastecimento e os efluentes sejam lançados na rede pública de esgoto não existe necessidade de outorga, entretanto recomenda-se efetuar consulta formal junto ao Conselho Estadual de Recursos Hídricos local para obtenção de parecer quanto à necessidade de outorga Resolução nº 430, DE 13 DE MAIO DE 2011;
- Resolução Conama nº 430, de 13 de maio de 2011: Dispõe sobre a classificação dos corpos de água e diretrizes ambientais para o seu enquadramento, bem como estabelece as condições e padrões de lançamento de efluentes, e dá outras providências.

10. CONCLUSÃO

Por este trabalho, podemos concluir que existem diversas ações a serem realizadas no desenvolvimento de uma nova empresa e que o melhor planejamento ao realiza-las levará a melhores resultados, sendo assim de suma importância para o sucesso, ou não, da empresa. Com as previsões de receitas/demandas e dos custos, o resultado líquido foi positivo, mostrando que haverá lucro aos proprietários. Após 4 meses o valor do lucro será recebido pelos proprietários, pois até então o resultado final (em torno de R\$13.400,00) será utilizado para reembolsar o investimento de aproximadamente R\$30.500,00.

Conclui-se que é necessário um tempo de pelo menos três meses para o início das atividades e que o estudo e a análise de mercado serão determinantes na viabilidade de aplicação da empresa. Deve-se ter um bom plano de marketing para que a empresa não fracasse em seus primeiros anos, o uso de parcelamento de investimentos iniciais que geram despesas fixas durante os primeiros anos é viável, porém deve-se realizar um planejamento para que a dívida não fracasse o negócio. A contratação de funcionários competentes em sua área de atuação e com comprometimento com a empresa será determinante, já que os funcionários representaram a imagem de sua empresa no caso de um comércio, sendo importante capacitá-los através de cursos para que cumpram com as expectativas da área.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CLEAN VALE, Nossos Produtos. Disponível em: <http://www.cleanvale.com.br/site_old/cleans786prepo.html>. Acesso em 10/07/2015

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Disponível em: <www.ibge.gov.br/>. Acesso em 01/11/2014.

HAMEL, G. The Future of Management. Boston: Harvard Business School Pub., 2007.

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renee; A Estratégia do Oceano Azul. Ed: Campus, 2005.

PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SCHUMPETER, J. Teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1988

SEADE, Perfil Municipal: Campinas. Disponível em <<http://produtos.seade.gov.br/produtos/perfil/perfilMunEstado.php>>. Acessado em: 10/07/2015.

SINDLAV. Disponível em: <<http://www.sindlav.com.br>> Acessado em: 08/07/2015

SEBRAE, Como Montar uma Lavanderia. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-lavanderia-especializada#naveCapituloTopo>; Acessado em: 08/07/2015