

LAVADEROS DE AUTOS

Servicio, tecnología y ese toque artesanal

Los lavaderos de autos configuran una actividad en la que la calidad de los insumos y la pericia del personal son atributos cada vez más valorados por los consumidores del servicio. Áreas de inversión y consejos para iniciar y llevar adelante el negocio.

Cada año, los millones de vehículos del parque automotor argentino siguen necesitando ser bien lavados, secados y embellecidos. Sin embargo, la fuerte competencia ha motivado mayores exigencias por parte de los clientes. Puntos diferenciadores de peso, además al cliente, radican en la ternura, calidad de los insumos y un excelente resultado final que sea la consigna del día para tener éxito en el rubro. ¿Cuáles son las características del negocio? ¿En qué puntos hay que invertir?

Áreas de inversión

Terreno e infraestructura. A la hora de iniciar un lavadero, el área de inversión principal es la compra o el alquiler del terreno. La buena ubicación es lo primero, pero si se prevé un negocio con movimiento importante, una superficie generosa también es fundamental, ya que permitirá contar con una buena capacidad de producción, así como con espacio para estacionamiento y

lugares cómodos para los clientes. Además del terreno, hay que considerar toda la infraestructura y utilities necesarias: gas, tramos de agua, decantadores, cámara de toma de muestras, rejillas perforadas, etc. Además hay que tener en cuenta las instalaciones sanitarias y eléctricas, de provisión de agua, de eficiencia, de fuerza motriz, la iluminación de la zona de lavado, etc.

Mantenencia e insumos. Para lavaderos artesanales (que son mayoría en el país), la maquinaria necesaria incluye bombas de agua o hidrobombas, espumadores, aspiradores de aire, y aspiradoras.

Actualmente son pocos los lavaderos que se inician con equipamiento automatizado, pero en estos casos, hay que contar con motor de lavado y secado o líneas automáticas.

Con respecto a los insumos (agua, espuma, revidores, desinfectantes, fragancias, etc.) hay que tener en cuenta que la calidad es sumamente importante para lograr un buen resultado final. Y como no

representa una inversión significativa en la compra ni en el costo de operación, no se justifica tener de adhoc gases adquiriendo productos de baja calidad. Lo mejor es orientarse hacia proveedores de primera línea. Además, es importante asegurar que los insumos sean biodegradables y ecológicos.

Por otra parte, hay siempre "el conato" que es interesante tener, ya que a bajo costo logran generar en el cliente la sensación de estar recibiendo "algo más". Aquí entran

las bolitas para residuos, las alfombras de papel, y los perfumes para el interior del vehículo.

Personal. El personal es el gasto más importante dentro de la estructura de negocio del lavadero, ya que debe mantenerse una dotación adecuada a las perspectivas de producción del emprendimiento hasta en momentos de trabajo intenso como en días de mucha actividad.

Adecuar la dotación a las expectativas de trabajo es una tarea difícil por varias razones. Por un lado, como el negocio depende del buen clima, durante los días lluviosos o nublados la demanda disminuye. Por otra parte, en las etapas iniciales del negocio, hasta que el mercado reconoce la existencia del nuevo lavadero, la cantidad de trabajos realizados no suele cubrir el costo que implica mantener la dotación necesaria. Además, debido a que el flujo de clientes es irregular, resulta complicado saber cuántos

empleados hay que tener. Pueden pasar horas sin que ingresen clientes, y luego llegar varios al mismo tiempo, por lo que la cantidad de operarios debe estar adecuada a ese volumen de trabajo para evitar esperas.

Por estos motivos, el personal es el área de inversión a la que hay que prestarle especial atención.

Marketing y publicidad. Las estrategias de marketing y publicidad dependen de si se trata de un lavadero orientado principalmente a la clientela de paso o orientado a la clientela habitual. En el primer caso, y debido al flujo de tránsito vehicular, lo importante es que el lavadero resulte sumamente visible para que el potencial cliente pueda detectarlo desde su vehículo. Para lavaderos habituales, la promoción a través de diarios y volantes son las modalidades más habituales.

Otros. También hay que considerar otros ítems, como herramientas e infraestructura de trabajo del personal, equipamiento para el área de espera, computadores, equipo de facturación, artefactos de iluminación, muebles, etc.

Apoyándose la colaboración del Ing. Julio Luis, presidente de la Cámara Argentina de Lavaderos Automáticos y Manuales de Automóviles (C.A.L.A.M.A.)

Costos aproximados

Fuente: C.A.L.A.M.A.

- Alquiler de terreno mediano, de ubicación razonable: entre 6.000 y 10.000 pesos mensuales.
- Hidrobombas: entre 3.000 y 10.000 pesos.
- Compresor de aire: entre 3.500 y 5.000 pesos.
- Espumadores: alrededor de 1.000 pesos.
- Aspiradoras: alrededor de 4.000 pesos.

Estos precios varían según la zona, el origen, y la capacidad de cada equipo.

C.A.L.A.M.A.
Cámara Argentina de Lavaderos Automáticos y Manuales de Automóviles
www.calama.com.ar | info@calama.com.ar