



FRANQUIAS

Adeus ao flanelinha

OS TRADICIONAIS BALDES e trapos sujos deixaram espaço para os aerodinâmicos carros amarelos da ProntoWash. A companhia argentina foi a primeira a popularizar na América Latina a máquina de lavagem de carros nos estacionamentos de centros comerciais e supermercados. Por US\$ 5,5 os empregados da PW lavam um

automóvel em meia hora com apenas cinco litros de água, graças a

uma pressão adequada combinada com detergente

sem espuma. A idéia nasceu em 2001, no

complexo Paseo

la Plaza de Bue-

nos Aires. Hoje

a franquía ope-

ra em 17 países

— 12 na América

Latina, mais EUA,

Portugal, Espa-

nha, Romênia e

Casaquistão. “O

faturamento estimado

de toda a rede para 2005 é de US\$ 20 milhões, o dobro do ano passado”, diz Andrés Spilzinger, diretor de marketing da empresa.

—CARLOS GALVÁN BUENOS AIRES