

Empresa de engarrafamento de agua mineral



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	4
Exigências Legais e Específicas.....	5
Estrutura.....	6
Pessoal.....	7
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	9
Organização do Processo Produtivo.....	11
Automação.....	12
Canais de Distribuição.....	12
Investimentos.....	13
Capital de Giro.....	15
Custos.....	15
Diversificação/Agregação de Valor.....	17
Divulgação.....	18
Informações Fiscais e Tributárias.....	19
Eventos.....	20
Normas Técnicas.....	21
Glossário.....	23
Dicas de Negócio.....	25
Características Específicas do Empreendedor.....	25
Fonte de Recurso.....	26
Planejamento Financeiro.....	27
Produtos e Serviços - Sebrae.....	28
Entidades Relacionadas ao Negócio.....	29
Bibliografia.....	30

1. Apresentação de Negócio

Uma empresa de Engarrafamento de Água Mineral realiza o trabalho de captação e engarrafamento de água mineral, água subterrânea originária de águas de superfície que se infiltraram no solo e por ele são filtradas, recebendo sais minerais que alteram seu gosto e lhe fornecem valores terapêuticos. O surgimento dessa indústria de envase ocorreu entre as duas guerras mundiais.

A água é naturalmente a bebida mais consumida em todo o mundo, seja *in natura* ou como ingrediente indispensável para o processamento de inúmeras outras bebidas. Seu consumo aumenta gradativamente, de acordo com o crescimento da população mundial e com a temperatura presente em cada local e clima correspondente, sendo o verão a estação de maior demanda.

A água mineral representa saúde para o homem, pois além de não apresentar elementos químicos artificiais presentes em várias bebidas industrializadas, é essencial ao metabolismo humano. Esta característica, aliada ao crescimento da população mundial, indica forte tendência de aumento de demanda e, assim, revela ser uma boa oportunidade de negócio.

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano consulte o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

Tendências de mercado

O mercado de água mineral no Brasil é um mercado em ascensão, cresceu 61% de 2010 a 2018. Segundo a Abinam - Associação Brasileira da Indústria de Água Mineral -, o Brasil é 4º maior produtor de água engarrafada. O setor cresce 7,6% ao ano no mundo e já bate o de refrigerantes. Os aumentos maiores ocorreram nos estados de Mato Grosso, Goiás, Distrito Federal, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia. Fonte- <http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,o-mercado-de-7-bi-de-litros,342621,0.htm> (04/10/2019).

Estudo da empresa Canadean indicou que, em 2015, o consumo global de água acondicionada em garrafas e copos estaria atingindo 233 bilhões de litros. As águas engarrafadas representam a categoria de maior crescimento também nos Estados Unidos. No período entre 1976 e 2013, a taxa de crescimento anual foi de 9,5%, muito acima das outras categorias.

Várias tendências têm contribuído para esse expressivo crescimento, entre as quais a identificação das características puras, funcionais e isentas de calorias das águas engarrafadas. Além da nutrição e funcionalidade que as águas oferecem aos consumidores, as versões carbonatadas têm se destacado como uma alternativa para os consumidores que migram das bebidas carbonatadas tradicionais, mas não querem abdicar da refrescância e do sabor que essas proporcionam.

Produção de Água mineral engarrafada Fonte: <http://www.revistaaguaevida.cpm.br> 2018
Investindo em inovação e seguindo a tendência mundial, a indústria de bebidas não

alcoólicas brasileira já oferece algumas opções de águas com aromas de limão e tangerina, por exemplo. O hábito, cada vez mais comum entre os brasileiros, de adicionar frutas, flores e ervas para deixar a água mais atraente é a inspiração da indústria para novas bebidas leves e com um toque especial de sabor.

Além do potencial de crescimento no mercado interno, a produção de água mineral será um negócio estratégico para o Brasil, que concentra 30% das reservas mundiais e explora menos de 10% desse recurso. Fonte: <https://abir.org.br/aguas-embaladas-crescimento-e-inovacao/> (25 de maio de 2018).

Com todo o cenário favorável, esse é um setor com certa complexidade de atuação, não cabendo amadorismo. O empreendedor desse ramo deve estudar bem o mercado antes de investir na montagem do empreendimento. Por isso, sugere-se estudar o mercado em três âmbitos, conforme destacados abaixo:

Mercado consumidor

A fim de dimensionar esse mercado, o empreendedor deverá pesquisar os indicadores econômicos e sociais da região em que pretende abrir a empresa. É essencial que se analisem alguns índices como: tamanho da população, população economicamente ativa, índice de potencial do consumo, índice de desenvolvimento humano, etc.

Sugere-se que essas informações sejam pesquisadas periodicamente nos sites do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada -; do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística -; do PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento -; da Fundação Getúlio Vargas e nas Prefeituras e nas Prefeituras.

O estudo dos clientes é uma das etapas mais importantes na estruturação do empreendimento. O empreendedor deverá identificar e conhecer melhor seu cliente. Por isso, de uma maneira simples, o empreendedor necessita saber:

- As características gerais dos clientes: idade, sexo, profissão, salário, endereço;
- Quais são os interesses e o comportamento da clientela: a quantidade de litros de água que compram e com que frequência o fazem, que preço pagam ou estão dispostos a pagar pelos produtos;
- O que motiva as pessoas a fazer uma compra do produto: o preço, a qualidade, as formas de pagamento, etc.;
- Onde estão os clientes: o tamanho do mercado em que irá atuar - será apenas na cidade, no estado inteiro? Os clientes encontrarão seus produtos com facilidade?

Mercado concorrente

Para conhecer o concorrente, é necessário identificar as empresas que trabalham com produtos iguais e/ou semelhantes no raio de atuação em que a nova empresa atuará. A partir daí, realizam-se visitas e examinam-se os pontos fortes e fracos desses concorrentes em relação a:

- Qualidade dos produtos oferecidos ao mercado;

- Preço praticado para cada item;
- Localização da engarrafadora e pontos de vendas;
- Condições de pagamento: prazos, descontos, etc.;
- Qualidade do atendimento prestado;
- Serviços adicionais: serviços de entrega, reposição de mercadorias, garantias oferecidas, horários de funcionamento, etc.

Após essa análise, devem-se realizar comparações e visualizar se a nova empresa poderá competir com as analisadas, se há espaço para mais um empreendimento do mesmo ramo, e o que a nova empresa terá de diferencial para que os clientes deixem de comprar do concorrente, etc.

Mercado fornecedor

A relação com o mercado fornecedor também deve se basear na sustentabilidade. Podem-se priorizar fornecedores locais como organizações regionais e cooperativas locais para que a economia da região seja beneficiada com as atividades da empresa, uma prática socialmente justa. Da mesma forma, a preocupação com o meio ambiente também deve ser levada em consideração a partir da escolha por empresas, cujas políticas e diretrizes sociais e ambientais estejam alinhadas com as suas, não sendo somente informações para autovalorização da marca. A questão da sustentabilidade econômica também deve ser observada nas negociações com os fornecedores, que devem ser justas e apresentar viabilidade para ambas as partes do negócio.

Fatores que devem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

- Distância física;
- Referências;
- Custo do frete;
- Qualidade;
- Capacidade de fornecimento;
- Preço;
- Prazo;
- Forma de pagamento e de entrega.

Assim resumidamente podemos destacar as seguintes oportunidades e ameaças:

Oportunidades

- Mercado de água engarrafada em constante ascensão;
- Crescente consumo por produtos saudáveis;
- Expansão do mercado de frutas cristalizadas, secas ou desidratadas;
- Aquecimento global;
- Mercado brasileiro cresce 8% acima do mercado mundial;
- Alta concorrência, com concentração em São Paulo.

Ameaças

- Instabilidade econômica e política no país;
- Sazonalidade;
- Baixas barreiras de entrada no mercado;
- Futura escassez do produto, devido ao desperdício e falta de controle.

O empreendedor deverá ter atenção especial com os fornecedores das embalagens, pois a tendência é de se produzir produtos biodegradáveis a fim de minimizar as críticas em relação ao impacto das embalagens plásticas.

3. Localização

A localização de uma indústria de água mineral deve obedecer, primeiramente, a existência de lençol freático no local com água pura, comprovadamente de boa qualidade e que esteja localizada em área que não apresente risco de contaminação (exemplo: indústria química e similares, área urbana com concentração de edificações, rede de esgotos, entre outros).

A área pode ser própria ou alugada, o que impacta no custo para o desenvolvimento do negócio. É positivo que a área utilizada para a construção da indústria (ponto de extração de água) seja razoavelmente próxima de centros de consumo e distribuição, para facilitar a logística das operações.

O local deve ter área ampla, tanto para as instalações como para a manobra dos veículos de transporte dos produtos. Uma área de estacionamento é necessária tanto para os veículos próprios como eventualmente para clientes que venham à sede da indústria, se for o caso.

Na hipótese de montagem de loja para vendas no local, deve haver área para tal, com boas condições de apresentação física e acessibilidade para os clientes. Na maioria dos casos, entretanto, a forma de venda é em pontos externos à indústria.

Nota-se que as vias de acesso são de grande relevância para o escoamento dos produtos, já que a logística é um dos pontos cruciais deste negócio.

Em relação aos custos, na tomada de decisão para localização do negócio, analise fatores

tais como custo de adaptação do imóvel para a atividade, aluguel, manutenção, necessidade de vale-transporte para os empregados, entre outros itens.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendam suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na Fazenda Estadual;
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite -se” pela prefeitura.
- Contribuição Sindical - A Lei 13.467, de 13 de julho de 2017, denominada Reforma Trabalhista, altera o art. 579 da CLT – Consolidação das Leis do Trabalho – e a contribuição sindical passa a ser facultativa a partir de janeiro de 2018. Isso vale tanto para sindicatos patronais quanto para os trabalhadores (funcionários).
- Obtenção do alvará de licença sanitária – Adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, nos estados e municípios fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde (quando for o caso). Deve-se preparar e enviar o requerimento ao Chefe do DFA/SIV do seu Estado, solicitando a vistoria das instalações e equipamentos.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- As leis, decretos, portarias, resoluções frequentemente sofrem revisões (atualizações), em virtude de novos acontecimentos ou pela necessidade de melhorar interpretações em

relação ao seu conteúdo, função, abrangência ou penalidade. Portanto as leis citadas neste material estão atualizadas, mas a qualquer momento podem mudar. Para saber se estão utilizando a mais atual fiquem atentos as indicações de revisões, digitando as características da lei, exemplo: ‘Decreto-Lei nº. 986”, sem a data, em um site de busca e aparecerá nas 10 primeiras opções (links para acesso web), com as sugestões mais recentes.

- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para microempresas e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças, etc.

Demais legislações e acordos relacionados à atividade:

Segundo o DNPM – Departamento Nacional de Produção Mineral, a exploração de água mineral no Brasil obedece ao Código de Mineração e ao Código de Águas Minerais, que constituem os instrumentos básicos legais reguladores da pesquisa e da lavra das Águas Minerais e Potáveis de Mesa no território nacional.

Os procedimentos de controle de qualidade sanitária da água, em todas as suas etapas de processo, incluindo captação, distribuição, armazenamento, envase, transporte e exposição do produto à venda, a fim de garantir as condições de higiene sanitária do produto final, são disciplinadas também por portarias e resoluções editadas pelo Ministério da Saúde (ANVISA) e fiscalizadas pelas Secretarias de Saúde dos Estados e Municípios.

É importante consultar, antes de abrir o negócio, os órgãos reguladores da atividade em específico e em âmbito geral:

- DNPM – Departamento Nacional de Produção Mineral;
- ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária;
- ANA – Agência Nacional de Águas;
- Ministério do Meio Ambiente;
- Ministério de Minas e Energia.

Entre os decretos e resoluções mais relevantes, destacam-se:

- Decreto-Lei Nº 7.841, de 8 de agosto de 1945 Código de Águas Minerais;
- RDC nº 173/06 – ANVISA.

É importante que o empreendedor conheça o código de águas naturais disponível no site da Abinam: http://www.abinam.com.br/materias.php?cd_secao=34&codant=

5. Estrutura

A estruturação da indústria Engarrafadora de Água Mineral é relativamente simples, desde que observadas as orientações descritas no item Localização. A maioria das empresas deste

ramo apresenta-se em forma de galpões ou prédios amplos, com áreas separadas para o estoque de recipientes vazios, para a lavagem e higienização, enchimento, fechamento (tampas), rotulagem e estoque inicial e estoque de produtos acabados.

É necessária uma área total aproximada de 30.000m², incluindo-se nestas medidas o pátio para a movimentação de produtos e dos veículos.

A área destinada à produção deve ser de 200m², considerando o espaço para os recipientes (garrações, garrafas e copos) vazios, para as máquinas e para o estoque inicial do produto acabado. Para o estoque principal, necessita-se de mais 200m², principalmente para o espaço destinado aos garrações de 20L. Ressalta-se que os garrações e garrafas permanecem em tempo mínimo no estoque, pois devem ser entregues rapidamente.

O espaço destinado à administração gira em torno de 50m², podendo ser instalado em andar superior ou em um 2º nível dentro do prédio.

Deve existir sala de entrada para clientes, juntamente com a secretaria, sala de reuniões e sala de gerentes e diretores, mesas, cadeiras e equipamentos de informática e comunicação adequados para os funcionários.

Como em qualquer outro empreendimento, os departamentos deverão ser separados da melhor forma para que seja possível conseguir a maior produtividade possível de cada colaborador. Quanto ao imóvel escolhido para instalação da empresa, ele deve oferecer a infraestrutura necessária para a instalação do negócio e, ainda, propiciar o seu crescimento. Entre os aspectos de infraestrutura que devem ser observados citamos a disponibilidade de internet banda larga, água, gás, eletricidade, rede de esgoto, vias de transportes e de comunicação, etc. Cuidado com imóveis situados em locais sem ventilação, úmidos, sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

6. Pessoal

Selecionar as pessoas que irão trabalhar na sua empresa exige que considere cuidadosamente as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que desenvolverão. Para o início de uma pequena indústria engarrafadora de água mineral, a equipe necessária é reduzida: aproximadamente 12 pessoas, com a seguinte distribuição:

- Produção: 5 funcionários, sendo 1 supervisor e 4 auxiliares de produção. Os auxiliares de produção devem apresentar ensino médio completo e atuarão nos processos de monitoramento da extração, higienização, engarrafamento, rotulagem, expedição e controle de qualidade. Todos estes funcionários necessitam de treinamento específico para o trabalho, a ser fornecido por consultor especializado no início das operações, podendo ter um multiplicador interno daí em diante.
- Estoque e entregas: 4 funcionários, sendo 2 motoristas e 2 ajudantes de Entregas. Todos devem possuir o Ensino Fundamental completo e boas condições físicas, pois o trabalho braçal do transporte e entrega é bastante estafante. Os Motoristas necessitam de carteira de habilitação tipo “D” ou “E” para conduzir os caminhões da firma. Orientações sobre atendimento a clientes, roteirização de entregas, controle de prazos e perdas e manutenção dos veículos são altamente recomendáveis.

- Administração: 3 funcionários, sendo 1 gerente administrativo-financeiro, que normalmente é o proprietário do negócio, 1 assistente administrativo-financeiro e 1 secretária. O gerente administrativo-financeiro coordenará toda a operação comercial para os pontos de vendas, logística, faturamento, contas a pagar e receber, finanças e administração em geral. Os assistentes executarão as atividades operacionais ligadas ao gerente, subsidiando-o com todas as informações demandadas. A secretária realizará as atividades de atendimento telefônico, controle de agenda de reuniões e eventos, recados, contatos com clientes e fornecedores e demais atividades de escritório. É desejável que estes funcionários possuam experiência prévia em atividades similares.

Os funcionários devem apresentar perfil comportamental adequado para o negócio, com bom nível de energia, interesse e motivação, para que se identifiquem com a missão da empresa e cresçam junto com ela.

Para a área de produção e entregas, deve haver pessoas com alto grau de observação para controle de qualidade e higiene, bom nível de objetividade e agilidade para o setor de engarrafamento e rotulagem, assim como para os funcionários de expedição e entregas.

Ressalta-se ainda que o proprietário do negócio deverá estar presente em todas as operações da empresa, principalmente acompanhando a área de controle da qualidade do produto final, vendas e estoque, bem como a parte de gestão administrativo-financeira da empresa.

Recomenda-se ainda a adoção de uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios de natureza financeiros ou outros. Assim, a empresa poderá diminuir os níveis de rotatividade e obter vantagens como a criação de vínculo entre funcionários e clientes e ainda a diminuição de custos com:

- Recrutamento e seleção;
- Treinamento de novos funcionários;
- Custos com demissões.

7. Equipamentos

Para iniciar uma empresa Engarrafadora de Água Mineral, podem ser adquiridas máquinas novas ou usadas, que implicam em diferenças de valores de até 50%. As máquinas a serem adquiridas devem ser de acordo com a linha e envase, ou seja, o tipo de recipiente (vasilhame) a ser comercializado: galões, garrafas ou copos. A linha de maquinário também dependerá da área da mina, vazão da fonte e disponibilidade de investimento.

Os principais componentes para uma linha de galões de 10 e 20L, considerada a mais simples e mais indicada para início de operações, são:

- Bomba d'água;
- Máquina lavadora;
- Câmara germicida (10 e 20 litros);

- Reservatório de 40.000 litros;
- Esteira;
- Enchedora rotativa;
- Máquina tampadora;
- Rotuladora (a rotulagem pode ser inicialmente manual);
- Móveis e utensílios.

Para processo de gaseificação, o maquinário é consideravelmente mais caro.

Caso a empresa tenha a intenção de realizar o transporte e distribuição, será necessário um caminhão de pequeno porte ou carros utilitários adequados.

Os valores das máquinas variam de marca para marca e a concentração de empresas fabricantes deste maquinário localiza-se principalmente nos estados de São Paulo e Rio Grande do Sul.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente verificado por meio indicadores de desempenho. Entre vários indicadores chamamos atenção especial para os três seguintes:

1 - Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a compra; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

A matéria-prima, água mineral, deve ser preferencialmente localizada em fonte e propriedade própria do empresário, para não incorrer em custos adicionais de direito de extração. Os tipos de água mineral são descritos abaixo.

Quanto a composição química, as águas minerais naturais são assim classificadas:

- Oligominerais: aquelas que contêm diversos tipos de sais, todos em baixa concentração.
- Radíferas: quando contêm substâncias radioativas dissolvidas, que lhes atribuem radioatividade permanente.
- Alcalina-bicarbonatadas: as que contêm, por litro, uma quantidade de compostos alcalinos equivalentes a, no mínimo, 0,200g de bicarbonato de sódio.
- Alcalino-terrosas: as que contêm, por litro, uma quantidade de alcalinos terrosos equivalentes a, no mínimo, 0,120g de carbonato de cálcio.
- Alcalino-terrosas cálcicas: as que contêm, por litro, no mínimo, 0,048g de cátion Ca, sob a forma de bicarbonato de cálcio.
- Alcalino-terrosas magnesianas: as que contêm, por litro, no mínimo, 0,030g de cátion Mg, sob a forma de bicarbonato de magnésio.
- Sulfatadas: as que contêm, por litro, no mínimo, 0,100g do ânion SO_4 , combinado aos cátion Na, K e Mg.
- Sulfurosas: as que contêm, no mínimo, 0,001g do ânion S.
- Nitratadas: as que contêm, por litro, no mínimo, 0,100g de ânion NO_3 de origem mineral.
- Cloretadas: as que contêm, por litro, no mínimo, 0,500g de NaCl.
- Ferruginosas: as que contêm, por litro, no mínimo, 0,005g de cátion Fe.
- Radioativas: as que contêm radônio em dissolução.
- Fracamente Radioativas: as que apresentam, no mínimo, um teor em radônio compreendido entre 5 e 10 unidades Mache, por litro, a 20°C e 760mm de Hg de pressão;
- Radioativas: as que apresentam um teor em radônio compreendido entre 10 e 50 unidades Mache por litro, a 20° C e 760mm de Hg de pressão.
- Fortemente Radioativas: as que possuem um teor em radônio superior a 50 unidades Mache, por litro, a 20°C e 760mm de Hg de pressão.
- Toriativas: as que possuem, por litro, no mínimo, um teor em torônio em dissolução equivalente, em unidades eletrostáticas, a 2 unidades Mache.
- Carbogasosas: as que contêm, por litro, 200ml de gás carbônico livre dissolvido, a 20°C e 760mm de Hg de pressão.

Os vasilhames devem ser plásticos e próprios para o acondicionamento de água mineral. Não podem apresentar riscos de intoxicação ou contaminação. Existem vasilhames e garrafas opacas e transparentes, sendo estas últimas as mais caras, porém mais apreciadas pelos consumidores devido à aparência de limpeza e pureza. Tipos de vasilhames e produtos finais:

- Galões de 20L;
- Galões de 5L;
- Garrafas de 2L;
- Garrafas de 1,5L;
- Garrafas de 500ml;
- Garrafas de 350ml;
- Copos de 200ml.

Serão necessárias, finalmente, as tampas e rótulos. As tampas podem ser adquiridas em indústrias plásticas de embalagens e os rótulos normalmente em gráficas ou também em indústrias de embalagens.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo de extração e engarrafamento de água mineral basicamente segue 8 etapas:

1. Lavagem e higienização: os garrafões ou garrafas (recipientes) são lavados e higienizados em equipamentos próprios para esterilização, garantido as condições para o engarrafamento da água sem contaminação;
2. Captação (bombeamento) da fonte ao reservatório: por meio de bomba d'água apropriada, é captada a água de acordo com a capacidade de vazão e velocidade determinada para a produção;
3. Filtragem: do reservatório para o envaze, a água é filtrada para garantir sua pureza antes do acondicionamento nos vasilhames;
4. Envaze: a água é engarrafada nos recipientes de 20L, 10L ou 5L (processo simplificado para indústria iniciante);
5. Lacre (ou tampagem): os vasilhames são tampados e lacrados por máquina própria;
6. Rotulagem: são colados os rótulos com o nome da empresa (marca), informações quantitativas, qualitativas, normas de qualidade e demais informações. Este processo pode ser manual para evitar dispêndio adicional com máquina rotuladora;
7. Inspeção final: é realizada uma inspeção visual e controle de qualidade para eliminar não-conformidades como furos, vazamentos ou contaminação do produto e garantir a limpeza do

vasilhame;

8. Estocagem, expedição e distribuição: os produtos finais são estocados em espaço determinado, limpo, ao abrigo da luz e chuva.

Caso a empresa realize entregas e distribuição, os vasilhames serão carregados para um caminhão ou utilitário para a realização das entregas.

Devem ser observadas as condições de temperatura e umidade adequadas e quaisquer possibilidades de contaminação, para evitar perdas e problemas com fiscalizações ou reclamações de clientes.

A empresa deve manter atenção constante em relação a preservação do meio ambiente. Além disso deve também estar atento com a higiene, principalmente dos garrafões retornáveis. Neste contexto, o DNPM publicou a Portaria nº 358, de 2009, que disciplina o prazo de validade dos garrafões de 10 e 20 litros, que passou a ser de três anos, prazo esse no qual um galão suporta os desgastes decorrentes de sua manutenção e transporte.

10. Automação

A automação das atividades industriais/comerciais é um dos principais requisitos para uma participação mais competitiva de uma empresa no mercado nacional e internacional. Nesse sentido, é necessário manter sob controle e decisão um número crescente de aspectos relacionados com a produção e a venda, inclusive aqueles que estejam vinculados com as áreas: comercial, suprimento, estocagem, manutenção e logística.

No ramo de engarrafamento de água mineral, a automação pode ocorrer tanto no processo produtivo como na administração da empresa.

À medida que a empresa cresce e apresenta maior disponibilidade de recursos, pode investir em maior número de máquinas para substituir processos manuais, como, por exemplo, a rotulagem dos recipientes, maior número e extensão de esteiras e mesas acumuladoras, entre outros.

Existem diversos sistemas informatizados que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma pequena empresa. Deve-se procurar *softwares* de custo acessível e compatível com uma pequena empresa. O ideal é que o empreendedor procure apoio de profissionais qualificados para prestar uma assessoria na definição de um *software* amigável e de fácil manuseio para tirar o máximo de produtividade da ferramenta.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição são os meios utilizados pelas empresas para escoar sua produção e ofertar seus serviços. A importância dos canais de distribuição é fundamental e seu custo pode representar uma parcela considerável do preço final do produto vendido ao consumidor; os canais não só satisfazem a demanda através de produtos e serviços no local, em quantidade, qualidade e preço corretos, mas, também, têm papel fundamental no estímulo à demanda, através das atividades promocionais dos componentes ou equipamentos atacadistas, varejistas, representantes ou outros.

Os canais de distribuição dependem das condições da empresa em termos de localização, densidade demográfica, fluxo de pessoas, condições de acesso e área disponível. Uma opção seria a venda direta através de ponto de venda localizado na própria indústria, dependendo das condições acima citadas.

Para todos os casos abaixo, são necessários veículos como caminhões ou utilitários para realizar a distribuição dos produtos:

- Entregas sob demanda: de acordo com as vendas ou contratos fechados, é realizada uma rota de entregas na cidade para outras empresas, órgãos governamentais ou residências;
- Postos de gasolina e lojas de conveniência: costumam ser ótimos pontos de venda e distribuição, pois o fluxo alto e a conveniência de o consumidor estar em seu carro para poder transportar o produto para casa são grandes atrativos. Os produtos podem ser localizados internamente, no caso de vasilhames menores, ou externamente ao estabelecimento, no caso de galões;
- Mercados, supermercados e hipermercados: de acordo com o tipo de produto (tamanho do vasilhame) e com a dinâmica de fornecimento, são os meios mais massivos e eficientes. Os produtos podem ser localizados internamente, no caso de vasilhames menores, ou externamente ao estabelecimento, no caso de galões;
- Bares e restaurantes: mais indicados para os menores vasilhames, como garrafas e copos de água mineral, onde apresenta grande demanda;
- Lanchonetes e quiosques: também mais indicados para os menores vasilhames, como garrafas e copos de água mineral.

12. Investimentos

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos.

Para uma empresa Engarrafadora de Água Mineral de pequeno porte se estima um investimento inicial aproximado da ordem de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), considerando que muitas máquinas e equipamentos serão adquiridos usados, pois para máquinas e equipamentos novos este valor pode dobrar.

1 - INVESTIMENTOS FIXOS

1.1 - Máquinas e equipamentos

Item

Valor unitário

Bomba d'água, Câmara germicida, Enchedora rotativa, Máquina tampadora, Rotuladora, Esteira, etc.

R\$ 400.000,00

Veículos.

R\$ 70.000,00

1.2 - Equipamentos de informática

Item

Valor unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 8.000,00

1.3 – Móveis e utensílios

Item

Valor unitário

Mobiliário do Escritório

R\$ 2.500,00

Mesas, Cadeiras, Poltronas

R\$ 10.000,00

2 - INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Item

Valor unitário

Reformas

R\$ 80.000,00

Registro da empresa

R\$ 2.000,00

3 - INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Item

Valor unitário

Capital de giro

R\$ 20.000,00

Formação Estoque Inicial

R\$ 7.500,00

INVESTIMENTO TOTAL (1+2+3)

R\$ 600.000,00

PREVISÃO DE FATURAMENTO

Faturamento mensal

R\$ 130.000,00

* os itens descritos nas tabelas são exemplos que devem ser considerados, porém existem outros que devem ser também detalhados, para o seu negócio.

** Acesse <http://simulador.ms.sebrae.com.br> e veja exemplos de pesquisas estimando valores e faça a sua simulação.

*** Os custos dos itens descritos na tabela são meras estimativas, pois estes dependem de tamanho do negócio, fornecedores, regiões do país, etc.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função: regionalidade, dificuldades financeiras, objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

ITEM
QUANTIDADE
VALOR UNITÁRIO
Reserva de Caixa
1
R\$ 27.500,00

* Esta é meramente uma estimativa de valor, o seu capital de giro deve variar entre 20 e 30% do valor do investimento para operação. No exemplo temos um investimento estimado (tópico anterior) de R\$ 600.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 27.500,00

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservado para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

CUSTOS VARIÁVEIS

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos de materiais

Item

Quantidade

Valor unitário

Matéria-Prima ou mercadoria

50

R\$ 6.000,00

Custos dos impostos

Item

%

Valor unitário

Simplex

9 % do faturamento bruto (R\$ 130.000,00)

R\$ 11.700,00

Custos com vendas

Item

%

Valor unitário

Propaganda

1 % do faturamento bruto (R\$ 130.000,00)

R\$ 1.300,00

Comissões

Custos fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Salários e encargos

Função

Quantidade

Salário unitário

Salários, comissões e encargos.

5

R\$ 15.000,00

Pró Labore

1

R\$ 6.000,00

Depreciação

Ativos fixos

Valor total
Vida útil (anos)
Depreciação
Móveis e utensílios
R\$ 12.500,00
5
R\$ 209,00
Maquinas e equipamentos
R\$ 470.000,00
10
R\$ 3.916,00
Equipamentos informática
R\$ 8.000,00
5
R\$ 133,00
Despesas fixas e administrativas

Item
Valor unitário
Aluguel, condomínio e segurança
R\$ 10.000,00
Água, luz, telefone e internet
R\$ 4.800,00
Material de limpeza, higiene e escritório
R\$ 800,00
Assessoria contábil
R\$ 700,00
Armazenamento e transporte
R\$ 5.400,00

15. Diversificação/Agregação de Valor

Agregar valor é dar um salto de qualidade em uma ou mais características do produto ou serviço, que de fato são relevantes para a escolha do consumidor. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo a mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado. Além disso, para agregar valor, não basta reduzir custos, é preciso conhecer bem o mercado no qual a empresa atua, bem como as preferências dos clientes.

Para diversificar e agregar valor em um negócio como Engarrafamento de Água Mineral, a criatividade deve estar aliada ao controle de qualidade e atendimento às normas dos órgãos reguladores, o DNPM – Departamento Nacional de Produção Mineral e a ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

A empresa pode agregar valor a partir, primeiramente, da oferta de mais opções de produtos. A variação costuma ser aplicada gradualmente nos recipientes (embalagens de diferentes volumes), pois inicia-se com a comercialização de garrações de 20L, passando-se para garrafas de 1,5L, 500ml, 350ml e copos de 200ml.

Esta diversificação permite atingir um público cada vez mais diferenciado, pois as

encomendas de garrações de 20L destinam-se para consumo massivo em empresas ou residências, por exemplo, enquanto que as embalagens menores são consumidas em ocasiões diversas e vendidas em maior quantidade. Por exemplo, em eventos esportivos a demanda por garrafas de 500ml e copos de 200ml é grande, assim como a venda em postos de gasolina, bares, lanchonetes e restaurantes.

Uma segunda linha de diversificação pode ser aplicada com a oferta de diferenciação no próprio produto: água com adição de diferentes sais minerais e elementos benéficos à saúde, além de água com sabores de limão, quinino e água com gás.

Outra forma de agregar valor ao produto é investir em serviços. Por exemplo, entregas domiciliares e em empresas, contratos para entregas emergenciais em eventos noturnos, eventos esportivos, entre outras possibilidades. Para estes casos a empresa deve estar com grau avançado de desenvolvimento para suportar a estrutura de custos e a operação dos serviços.

Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação / agregação de valor para um empreendimento de engarrafamento de água mineral. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas e criar novos produtos e novos serviços, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes.

16. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus produtos conhecidos pelos clientes potenciais. O objetivo da propaganda é construir uma imagem positiva frente aos clientes e tornar conhecidos os produtos e serviços oferecidos pela empresa. A divulgação e propaganda de uma empresa Engarrafadora de Água Mineral costuma ser realizada de forma a fixar o produto no local de consumo e de bom fluxo de pessoas, ao alcance do consumidor. A publicidade normalmente não é massiva e agressiva, na maioria dos casos, pois o produto possui aceitação plena no mercado e a variação das águas minerais é muito pequena.

A logomarca possui grande apelo para este tipo de produto. Sua elaboração deve exprimir a imagem de pureza, saúde e beleza no rótulo do produto, para atrair o consumidor e transmitir a ideia de confiança na qualidade da água ingerida.

Entretanto, algumas empresas realizam a divulgação de suas marcas nos próprios pontos de vendas, utilizando-se principalmente de cartazes e *banners*. Muitos empresários também realizam divulgações deste tipo em eventos esportivos e feiras e congressos, inclusive patrocinando atletas e entidades diversas.

A fixação da marca neste ramo ocorre mais em função de sua presença em órgãos governamentais, empresas, bares e restaurantes, por meio da exposição da logo no rótulo do produto. A divulgação em pontos de venda como supermercados e lojas de conveniência exige que o empresário monitore seu produto, se está bem localizado, com a marca visível e com fácil acesso para o consumidor.

Portanto, as formas mais eficientes e recomendáveis de divulgação são:

- Venda direta: equipe de vendedores treinada para atender revendedores, atacadistas, varejistas, etc.;
- Merchandising: a promoção da chamada “positivação” no ponto de vendas é bastante interessante. O empresário pode promover a distribuição para degustação gratuita em grandes supermercados e eventos desportivos, destacando as qualidades e diferenciais de sua água mineral.
- Placas e Outdoors;
- Site na internet.

A mídia mais adequada é aquela que tem linguagem adequada ao público-alvo, se enquadra no orçamento do empresário e tem maior penetração e credibilidade com o cliente. Outra estratégia interessante para um empreendimento de Engarrafamento de Águas é a participação em feiras e eventos relacionados ao setor.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Optantes do SIMPLES Nacional

Este segmento de empresa poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Os pequenos negócios podem optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>):

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de

acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período. Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. a esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/resolucoes/arquivos/ANEXO_XIII.pdf)

Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária
- R\$ 1 de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústria)
- R\$ 5 de ISS – Imposto sobre Serviços (para empresas de prestadoras de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que ele receba o salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Empresas que não podem optar pelo Simples

De acordo com o Comitê Gestor do Simples Nacional - Resolução CGSN nº 119, de 19 de dezembro de 2014 – estas atividades não podem ser optantes pelo Simples: (http://www.receita.fazenda.gov.br/publico/Legislacao/Resolucao/2011/ResolucaoCGSN/Anexo_VI_Resolucao_CGSN_94.doc)

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

18. Eventos

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações da área

para obter informações sobre os eventos que irão ocorrer. Eventos como feiras, rodada 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 procurar: www.ubrafe.org.br; www.expofeiras.gov.br e ainda no Catálogo Brasileiro de Exposições e Feiras, disponível na internet.

Alguns eventos importantes:

Congresso Brasileiro da Indústria de Água Mineral

<http://www.abinam.com.br/home.php>

APAS - Congresso e Feira de Negócios em Supermercados

<http://feiraapas.com.br>

Contato: secretaria@eventosapas.com.br

EXPOSUPER - Feira de Produtos, Serviços e Equipamentos para Supermercados

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

Contato: acats@acats.com.br

FISPAL TECNOLOGIA - Feira Internacional de Processos, Embalagens e Logística para as Indústrias de Alimentos e Bebidas

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

Contato: comercial@fispaltecnologia.com.br

19. Normas Técnicas

Apresentamos a seguir algumas normas técnicas definidas pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, relacionadas às atividades de engarrafamento de água mineral:

- ABNT NBR 14222*: Embalagem plástica para água mineral e de mesa - Garrafão retornável - Requisitos e métodos de ensaio;
- ABNT NBR 14328*: Embalagem plástica para água mineral e de mesa - Tampa para garrafão retornável - Requisitos e métodos de ensaio;
- ABNT NBR 14637*: Embalagem plástica para água mineral e de mesa - Garrafão retornável - Requisitos para lavagem, enchimento e fechamento;
- ABNT NBR 14638*: Embalagem plástica para água mineral e de mesa - Garrafão retornável - Requisitos para distribuição.

* Essas e outras normas técnicas relacionadas podem ser encontradas no site da ABNT em parceria com o SEBRAE: <http://www.abntnet.com.br/sebrae/>.

Outras normas e resoluções da ANVISA relativas à atividade:

- Resolução 36/90: água potável e purificada adicionada de sais: É utilizada para água mineral ou potável de mesa apenas para definir o limite máximo permitido para substâncias não especificadas na legislação específica;
- RESOLUÇÃO 54/2000 - Água Mineral e Potável de Mesa: dispõe sobre os critérios e limites máximos de microbiológicos e de microorganismos por 100ml de água;
- RESOLUÇÃO 309/99: Água Purificada Adicionada de Sais: dispõe sobre os limites máximos de substâncias como cálcio, ferro, magnésio, potássio e sódio, dentre outros, por 200ml de água mineral.

Outras normas e resoluções do Ministério de Minas e Energia e DNPM, relativas à atividade:

- Código de Águas Minerais Decreto Lei N° 7.841, de 8 de agosto de 1945;
- Código de Mineração - Decreto Lei n° 227, de 28 de fevereiro de 1967;
- Portaria n.º 117/72-DNPM - Estudo "*in loco*" de fontes de Águas Minerais ou potáveis de mesa como condição indispensável à aprovação do Relatório Final de Pesquisa;
- Portaria n.º 805/78-MME/MS - Estabelece instruções em relação ao controle e fiscalização sanitária das águas minerais destinadas ao consumo humano;
- Portaria n° 159/96-DNPM - Importação e Comercialização de Água Mineral;
- Portaria n.º 222/97-DNPM - Especificações Técnicas para o Aproveitamento de Águas Minerais e Potáveis de Mesa;
- Portaria n.º 231/98-DNPM - Regulamenta as Áreas de Proteção das Fontes de Águas Minerais;
- Portaria n° 470/99 - MME - Dispõe sobre as características básicas dos rótulos das embalagens de águas minerais e potáveis de mesa;
- Portaria n.º 56/99 - DNPM - Modelos de Formulários do Relatório Anual de Lavra; • Manual para Elaboração de Relatório Final de Pesquisa de Água Mineral e Potável de Mesa/94 - DNPM;
- Desinfecção em Captações e Instalações de Envasamento de Água Mineral /01 DNPM/PE;
- Testes de Bombeamento objetivando o Aproveitamento de Águas Minerais em Meio Poroso/01 DNPM/PE.

Outras normas e resoluções do Ministério da Saúde, ANVISA e Conselho Nacional do Meio Ambiente – CONAMA, relativas à atividade:

- Resolução RDC nº 173, de 13/09/2006, DOU de 15/09/2006 (Agência de Vigilância Sanitária) - Dispõe sobre o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Industrialização e Comercialização de Água Mineral Natural e de Água Natural e a Lista de Verificação das Boas Práticas para Industrialização e Comercialização de Água Mineral Natural e de Água Natural;
- Resolução RDC nº 273, de 22/09/2005, DOU 23/09/2005 (Agência de Vigilância Sanitária) - "Regulamento Técnico para Misturas para o Preparo de Alimentos e Alimentos Prontos para o Consumo";
- Resolução RDC nº 274, de 22/09/2005, DOU 23/09/2005 (Agência de Vigilância Sanitária) - "Regulamento Técnico para Águas Envasadas e Gelo";
- Resolução RDC nº 275, de 22/09/2005, DOU 23/09/2005 (Agência de Vigilância Sanitária) - "Regulamento Técnico de Características Microbiológicas para Água Mineral Natural e Água Natural";
- Resolução RDC nº 278, de 22/09/2005, DOU 23/09/2005 (Agência de Vigilância Sanitária) - Aprova as categorias de Alimentos e Embalagens Dispensados e com Obrigatoriedade de Registro;
- Portaria MS nº 1469/00 Secretária de Vigilância Sanitária; estabelece os procedimentos e responsabilidades Relativos ao Controle e Vigilância da Qualidade da Água, para Consumo Humano e seu Padrão de Potabilidade, e dá outras providências;
- Resolução/CONAMA nº 009/90 - Requerer ao Órgão Ambiental competente a licença de Operação para Pesquisa Mineral.

20. Glossário

AFLUENTE: curso ou volume de água que contribui para aumentar outro, no qual desemboca.

ÁGUA MINERAL: água que é proveniente de fontes naturais ou artificiais e que possui características químicas, físicas ou físico-químicas que lhes conferem propriedades terapêuticas. Para receber esta classificação, a água não pode passar por nenhum tipo de tratamento.

ÁGUA SUBTERRÂNEA: em geologia considera-se água subterrânea toda aquela água que ocupa todos os vazios de uma formação geológica. Nem toda água que está embaixo da terra é considerada como água subterrânea por haver uma distinção daquela que ocupa o lençol freático, que é chamada de água de solo e tem maior interesse para a agronomia e botânica. Um maciço rochoso ou um solo argiloso pode servir de leito para as águas subterrâneas, pois permitem que ela se acumule e elimine todos os espaços vazios do solo.

BOMBEAMENTO: o bombeamento é a extração de água de um lençol freático ou poço artesianos, no qual a bomba d'água bombeia a mesma por meio de tubulação adequada, transferindo-a para um reservatório.

FILTRAÇÃO: Processo físico que objetiva a separação de sólidos de um meio líquido. Consiste na passagem de um líquido através de um meio poroso e permeável, capaz de reter as partículas sólidas.

HIDROLOGIA: ciência que estuda a ocorrência, distribuição e movimentação da água no planeta Terra. A definição atual deve ser ampliada para incluir aspectos de qualidade da água, ecologia, poluição e descontaminação.

LICENCIAMENTO AMBIENTAL: procedimento no qual o poder público, representado por órgãos ambientais, autoriza e acompanha a implantação e a operação de atividades, que utilizam recursos naturais ou que sejam consideradas efetiva ou potencialmente poluidoras. A licença ambiental é um documento com prazo de validade definido.

LICENÇA PRÉVIA (LP): é a primeira etapa do licenciamento, em que o órgão responsável de fiscalização avalia a localização e a concepção do empreendimento, atestando a sua viabilidade ambiental e estabelecendo os requisitos básicos para as próximas fases. Nesta etapa, são definidos todos os aspectos referentes ao controle ambiental dos empreendimentos. De início o órgão licenciador determina se a área sugerida para a instalação é tecnicamente adequada. A LP tem um prazo máximo de validade de 1 ano.

LICENÇA DE INSTALAÇÃO (LI): uma vez detalhado o projeto inicial e definidas as medidas de proteção ambiental, deve ser requerida a Licença de Instalação (LI), cuja concessão autoriza o início da construção do empreendimento e a instalação dos equipamentos. A execução do projeto deve ser feita conforme o modelo apresentado. Qualquer alteração na planta ou nos sistemas instalados ou nos processos de beneficiamento deve ser formalmente enviada ao órgão licenciador para avaliação. A LI tem um prazo de validade máximo de até 2 anos.

LICENÇA DE OPERAÇÃO (LO): a licença de operação autoriza a atividade. Essa deve ser requerida quando a empresa estiver edificada e após a verificação da eficácia das medidas de controle ambiental estabelecidas nas condicionantes das licenças anteriores. Nas restrições da LO, estão determinados os métodos de controle e as condições de operação. A LO tem um prazo de validade máximo de até 2 anos. A LO deve ser requerida quando o empreendimento estiver instalado e pronto para operar (licenciamento preventivo).

PISTONEAMENTO: passagem de êmbolo para provocar pressão negativa no interior do poço. Serve para desobstruir filtros e zonas de produção de água.

POÇO ARTESIANO: refere-se à água que emerge, sob pressão natural, acima do aquífero que a contém. Diz-se dos poços que produzem água espontaneamente, também chamados de “jorrantes”. **PH:** o pH refere-se a uma medida que indica se uma solução líquida é ácida (pH < 7), neutra (pH = 7), ou básica/alcalina (pH > 7). Uma solução neutra só tem o valor de pH = 7 à 25 °C, o que implica variações do valor medido conforme a temperatura.

SAIS MINERAIS: os minerais são nutrientes com função plástica e reguladora do organismo. É necessário ingerir cálcio e fósforo em quantidades suficientes para a constituição do esqueleto e dos dentes. Outros minerais, como o iodo e o flúor, apesar de serem necessários apenas em pequenas quantidades, previnem o aparecimento de doenças como a cárie dentária e o bócio. Uma alimentação pobre em ferro provoca anemia (falta de glóbulos vermelhos no sangue). O excesso de sódio, provocado pela ingestão exagerada de sal, aumenta o risco de doenças cardiovasculares e é um dos responsáveis pela hipertensão.

TOPOGRAFIA: topografia (do idioma grego topos, lugar, região, e graphein, descrever: "descrição de um lugar") é a ciência que estuda todos os acidentes geográficos, definindo a situação e a localização deles pode ficar em qualquer área. Tem a importância de determinar analiticamente as medidas de área e perímetro, localização, orientação, variações no relevo, etc e ainda representá-las graficamente em cartas (ou plantas) topográficas.

LENÇOL FREÁTICO: lençol freático (do grego phréar + atos, significa "reservatório de água", "cisterna") é o nome dado à superfície que delimita a zona de saturação da zona de aeração, abaixo da qual a água subterrânea preenche todos os espaços porosos e permeáveis das rochas ou dos solos ou ainda de ambos ao mesmo tempo. A ciência que estuda o escoamento subterrâneo e o escoamento superficial da água na natureza é a Hidrologia.

VASILHAME: recipiente destinado ao acondicionamento de líquido. Vasilha.

VAZÃO: é o volume de água produzido por uma fonte em uma unidade de tempo.

VAZÃO ESPECÍFICA: vazão extraída para cada unidade de rebaixamento do nível de água ($m^3/h/m$).

21. Dicas de Negócio

Para a abertura e operação de um negócio de Engarrafamento de Água Mineral, o empresário deve realizar uma pesquisa prévia sobre:

- Concorrentes locais;
- Mercado consumidor: características do público a ser atingido, como preferências por marcas e produtos, poder aquisitivo, pontos de fluxo de pessoas, períodos do ano de maior consumo, etc.;
- Possíveis pontos de venda;
- Meios viáveis de divulgação.

O empreendedor deverá estar sempre atento às condições de higiene de suas instalações, tanto na área de produção como estoques e veículos de transporte.

Um bom acompanhamento de mercado, com monitoramento de concorrentes, de tendências do setor, inovações de produtos e participação em feiras e eventos, trazem ferramentas valiosas para a determinação de estratégias para o negócio.

22. Características Específicas do Empreendedor

Algumas das características importantes para o empreendedor no ramo de engarrafamento de água mineral são:

- Boa capacidade analítica, para observar as normas técnicas necessárias no setor de atuação;

- Capacidade de negociação, para o estabelecimento de negócios e parcerias em geral, sempre com foco em vendas, redução de custos e ampliação do negócio;
- Sociabilidade e liderança, para saber lidar com seus funcionários e motivá-los para apresentarem um bom nível de produtividade;
- Senso de limpeza e higiene, para obedecer às normas do setor e evitar problemas de fiscalização e não conformidades internas;
- Senso de organização e objetividade, para poder controlar e administrar a empresa de forma eficiente;
- Boa capacidade de administração do tempo, para priorizar as ações mais importantes e imediatas para sua empresa.

Além disso, é importante que o empreendedor tenha aptidão para o negócio e vontade de aprender buscando informações em centros tecnológicos, cursos, livros e revistas especializadas ou junto a pessoas que atuam na área.

É importante ressaltar que pesquisando e observando seus concorrentes, conhecendo bem o gosto de seus clientes, o empreendedor conseguirá desenvolver novos projetos e novos produtos para aumentar o seu mercado consumidor.

23. Fonte de Recurso

Provido de recursos federais, os recursos geridos pelo BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) destinam-se ao financiamento de investimentos de longo prazo e, de forma complementar, capital de giro ou custeio. A contratação e a liberação dos recursos são feitas mediante diversos bancos comerciais, bancos de investimento e bancos múltiplos. Como exemplos de instituições repassadoras, citam-se: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bancos estaduais, Bancos de desenvolvimento regionais, Banco Santander, Bradesco, Itaú, entre outros.

Dentre os principais programas de financiamento disponíveis à maioria dos empreendimentos, destacam-se:

- BNDES Finame: financiamento para produção e aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional;
- BNDES Automático: financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);
- BNDES: Investimentos: Aporte maior que o automático, faz financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);
- BNDES: Inovação financiamento a projetos inovadores (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);

Para mais informações, consultar o site do BNDES.

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares.

Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-ospequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

24. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso.

Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

FLUXO DE CAIXA

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira.

A medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

DESPESAS

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

RESERVAS/PROVISÕES

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

EMPRÉSTIMOS

Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

OBJETIVOS

Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES

As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada for a suas necessidades.

25. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <http://goo.gl/SD5GQ9>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o

ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>

Para quem busca informações

Informações mercadológicas e sobre negócios são imprescindíveis na tomada de decisão, Nos sites abaixo encontrarão muitas respostas.

<https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/>

<https://datasebrae.com.br/>

<http://sebraemercados.com.br/sim/>

26. Entidades Relacionadas ao Negócio

A seguir, são indicadas as principais entidades de auxílio ao empreendedor:

ANVISA - AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

<http://www.portal.anvisa.gov.br>

Receita Federal

Brasília/DF - <http://www.receita.fazenda.gov.br>

ABINAM - Associação Brasileira das Indústrias de Água Mineral

E-mail: atendimento@abinam.com.br

www.abinam.com.br

ANA – Agência Nacional de Águas

www.ana.gov.br

DNPM - Departamento Nacional de Produção Mineral - Ministério das Minas e Energia

www.dnpm.gov.br

Ministério das Minas e Energia

www.mme.gov.br

Ministério do Meio Ambiente

www.mma.gov.br

27. Bibliografia

BRASIL. Governo Federal. Calendário Brasileiro de exposições e feiras. 2017. 164p.

CAUBERT, Christian Guy. A Água, a lei, a política... e o meio ambiente. São Paulo: Juruá Editora.

Como é o Mercado de Água Mineral no Brasil. Disponível em:<
<http://www.industriadaagua.com.br/mercado-de-agua-mineral/>>. Acesso em: 29 novembro 2017

LOPES, Renato Souza. Águas minerais do Brasil: composição, valor e indicações terapêuticas. Rio de Janeiro: Serviço de Informação Agrícola, CEFEM.

SUGUIO, Kenitiro. Água. São Paulo: Holos, 2006. 248p.

VAITSMAN, Mauro Santiago; VAITSMAN, Delmo Santiago. Água Mineral - Col. Interdisciplinar. São Paulo: Interciência, 2005.

DNPM. Sumário Mineral 2001-2007.

DNPM. Anuário Mineral Brasileiro – AMB 2001 a 2007.

FARIAS, Paulo José Leite. Água: Bem Jurídico, Econômico ou Ecológico? São Paulo, 2004. 532p.

CHRISTENSEN, Clayton M., DYER, Jeff e GREGERSEN, Hal “DNA do Inovador: dominando as 5 habilidades dos inovadores e ruptura”, Editora HSM, 25 mar 2019

DAVILA, Tony. EPSTEIN, Marc J e SHELTON Robert. “As Regras da Inovação: Como Gerenciar, Como Medir e Como Lucrar”, Editora Bookman, Edição: 1 (1 de janeiro de 2007), 336 p.

FREEMAN, C.; SOETE, L. A Economia da Inovação Industrial. Campinas, Editora Unicamp, Edição: 1 (1 de janeiro de 2009), 816 p, (capítulos 11 e 16).

Periódicos pesquisados:

Revista Água e Vida - www.abinam.com.br; Revista Engarrafador Moderno -

Vídeos:

http://br.youtube.com/watch?v=xR_VHVbSPH...&feature=related

<http://br.youtube.com/watch?v=78P2NdxvF9...&feature=related>

<http://br.youtube.com/watch?v=ZSuTKo-PM9...&feature=related>

<http://br.youtube.com/watch?v=z00mFc6htL...&feature=related>

