

SETOR DE FOMENTO E ECONOMIA MINERAL
BREVE ROTEIRO PARA OBTENÇÃO DE PESQUISA E
LAVRA DE ÁGUA MINERAL
CRISTINA DAMARIS COLVERO MACHADO

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

MINEROPAR
MINEROPAR

BIBLIOTECA

SETOR DE FOMENTO E ECONOMIA MINERAL

BREVE ROTEIRO PARA OBTENÇÃO
DE PESQUISA E LAVRA DE
ÁGUA MINERAL

CRISTINA DAMARIS COLVERO MACHADO

MARÇO/82

663.646
nr 149
ex. 1

MINEROPAR
Minerais do Paraná S.A.
BIBLIOTECA
REG 1223 MAR 1982

1953

... ..

1953

... ..

... ..

... ..

1953

... ..

... ..

... ..

... ..

Registro n. 1553



Biblioteca/Mineropar

... ..

... ..

MINEROPAR
Minerais do Paraná S.A.
BIBLIOTÉCA
 REG. 1553 DATA 1984.85

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

1ª MEDIDA

LEVAR UMA AMOSTRA DA ÁGUA PARA ANÁLISE COMPLETA EM LABORATÓRIO.

Se classificada como água mineral ou de mesa:

2ª MEDIDA

VERIFICAR PRELIMINARMENTE, SE O SUBSOLO DA ÁREA ONDE SE ENCONTRA A FONTE ESTÁ VAGO.

Observe: "O aproveitamento comercial das águas de mesa é reservado aos proprietários do solo."

Se não for água de mesa e, se o subsolo estiver vago:

3ª MEDIDA

CONTRATAR GEÓLOGO OU ENGENHEIRO INSCRITO NO CREA DO ESTADO ONDE SE ENCONTRA A FONTE, E PEDIR-LHE QUE PROCEDA AO PEDIDO DE PESQUISA.

Se preferir, o próprio interessado poderá providenciar os documentos que anexaremos ao final, solicitando apenas a assinatura e número da carteira do geólogo ou engenheiro naqueles que assim o exigirem.

ESCLARECIMENTOS

ONDE ESTÃO REGULADOS OS PEDIDOS DE PESQUISA E LAVRA DE ÁGUA MINERAL:

Nos Capítulos II e III do Código de Mineração e nos Capítulos II e III do Código de Águas Minerais, além de leis, decretos e portarias esparsas.

Observe: No Código de Águas Minerais, leia Ministério das Minas e Energia, ao invés de Ministério da Agricultura.

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

BREVE NOÇÃO SOBRE O QUE DIZEM OS CÓDIGOS DE MINERAÇÃO E ÁGUAS MINERAIS SOBRE:

AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA

O Código de Mineração enumera:

- . os trabalhos que compreendem a pesquisa mineral;
- . os documentos técnicos e administrativos para a obtenção do Alvará;
- . os prazos, taxas e áreas máximas permitidas para cada substância;
- . as hipóteses de transmissibilidade do título;
- . as exigências para apresentação do Relatório Final de Pesquisa.

O Código de Águas Minerais enumera:

- . os trabalhos que compreendem a pesquisa de uma fonte:
 - o estudo geológico de emergência
 - o estudo analítico das águas e gases:
 - . pressão osmótica
 - . análise química
 - . análise bacteriológica
 - . análise e vasão dos gases

Assim, o interessado deverá observar os documentos exigidos pelo Código de Mineração, e proceder à pesquisa da fonte de acordo com o exigido pelo Código de Águas Minerais.

CONCESSÃO DE LAVRA

O Código de Mineração enumera:

- . os trabalhos que compreendem a lavra;
- . os documentos técnicos e administrativos para a obtenção da lavra;
- . os prazos e as taxas;
- . as implicações no processo de Imissão de Posse da jazida;
- . as exigências para apresentação do Relatório Anual de lavra;
- . a possibilidade do Grupamento Mineiro;
- . a negociabilidade e transmissibilidade do título de Concessão.

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

O Código de Águas Minerais enumera:

- . os trabalhos que compreendem a lavra de uma fonte;
- . os documentos técnicos e administrativos para a obtenção da lavra:
 - certificado de análise;
 - condição de emergência da fonte;
 - captação, proteção, condução, distribuição, vasão e temperatura da fonte;
 - projeto de instalação para utilização da água.
- . a possibilidade e exigências sobre um perímetro de proteção da fonte;
- . as possibilidades de indenização;
- . hipóteses de interdição da fonte.

Assim, o interessado, além de observar os requisitos enumerados pelo Código de Mineração, deverá providenciar e cumprir o exigido pelo Código de Águas Minerais.

4º MEDIDA

REUNIR A DOCUMENTAÇÃO EXIGIDA, PREENCHER OS FORMULÁRIOS FORNECIDOS PELO DEPARTAMENTO NACIONAL DA PRODUÇÃO MINERAL E PROTOCOLIZAR O PEDIDO DE PESQUISA NO DISTRITO DO DNPM A QUE O ESTADO PERTENCER.

AGUARDAR A PUBLICAÇÃO DO ALVARÁ DE AUTORIZAÇÃO DE PESQUISA NO DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO E INICIAR OS TRABALHOS DE PESQUISA, ENTREGUES A UM GEÓLOGO.

PROCURAR OS PROPRIETÁRIOS DO SOLO E COM ELES FIRMAR ACORDO ESCRITO SOBRE A RENDA PELA OCUPAÇÃO DOS TERRENOS E UMA INDENIZAÇÃO PELOS DANOS E PREJUÍZOS CAUSADOS PELOS TRABALHOS REALIZADOS.

Observação: O acordo, se não conseguido amigavelmente, o será judicialmente, por iniciativa do DNPM.

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

5ª MEDIDA

DURANTE A PESQUISA, O INTERESSADO DEVERÁ CUMPRIR AS EXIGÊNCIAS DO CAPÍTULO II DO CÓDIGO DE ÁGUAS MINERAIS, ATÉ A APRESENTAÇÃO DO RELATÓRIO FINAL DE PESQUISA AO DNPM.

Este, por sua vez, aprovará ou não o Relatório, dependendo das situações abordadas pelo artigo 30 do Código de Mineração.

APROVADO O RELATÓRIO DE PESQUISA, O TITULAR TERÁ 1 ANO PARA REQUERER A CONCESSÃO DE LAVRA OU NEGOCIAR O TÍTULO.

SE O TITULAR OPTAR PELA LAVRA DA ÁGUA MINERAL:

1ª MEDIDA

MONTAR UMA EMPRESA DE MINERAÇÃO

CONTRATAR UM ENGENHEIRO DE MINAS PARA QUE PROVIDENCIE A DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA, INCLUINDO O PLANO DE APROVEITAMENTO ECONÔMICO DA JAZIDA, OBSERVANDO OS REQUISITOS DO CAPÍTULO III DO CÓDIGO DE ÁGUAS MINERAIS.

O Código de Águas Minerais não é claro quando se refere à obrigatoriedade do engarrafamento da água mineral. Porém, o DNPM assim esclarece:

- . ou o pedido de lavra é feito com a finalidade de engarrafar a água;
- . ou o pedido de lavra é feito com a finalidade balneária;
- . ou o pedido é feito para ambas as finalidades.

Caso o pedido de lavra tenha sido feito com as duas finalidades e, após iniciados os trabalhos de lavra, venha a ser comprovada a inviabilidade do aproveitamento de uma delas, deve ser efetuada fundamentada exposição de motivos ao DNPM, requerendo o abandono da finalidade que não mais convier, que poderá ou não / ser aceita.

Nota: Tanto a finalidade balneária como engarrafamento, podem destinar-se ao uso próprio; a comercialização não é obrigatória.

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

EXIGÊNCIAS PARA FUNCIONAMENTO DE ORGANIZAÇÕES QUE EXPLORAM ÁGUA MINERAL

1. Decreto de Lavra
2. Montagem de instalações crenoterápicas
(crenoterapia: med. tratamento pelas águas minerais)
3. Construção de hotel ou sanatório
4. Assistência médico-farmacêutica
5. Laboratório
6. Posto meteorológico
7. Fichas sanitárias dos funcionários
8. Instalações de engarrafamento automático
9. Máquina para lavagem do vasilhame

A FISCALIZAÇÃO SERÁ EFETUADA:

- Pela Comissão Permanente de Crenologia
- Pelo DNPM
- Autoridades Sanitárias

EXIGÊNCIAS PARA COMERCIALIZAÇÃO DA ÁGUA MINERAL E BALNEÁRIO

1. Decreto de Lavra
2. Fonte não suscetível de poluição por águas superficiais
3. Determinação mensal da descarga e de certas propriedades físico-químicas
4. Análises químicas periódicas
5. Análise completa de três em três anos
6. Um exame bacteriológico a cada trimestre ou mais
7. Rótulo padrão sujeito à aprovação do DNPM
8. Os recipientes devem ser aprovados pelo DNPM

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

PROIBIÇÕES

Constituirá motivo para interdição, apreensão do estoque e multa, a inobservância dos dispositivos legais que regulam a matéria, principalmente:

1. Expor à venda ao consumo, água cuja exploração não tenha sido autorizada por Decreto de Lavra.
2. Utilizar rótulos com dizeres diversos dos aprovados pelo DNPM
3. Expor à venda água originária de outra fonte
4. Expor à venda ou utilizar água em condições higiênicas impróprias para o consumo.

TRIBUTAÇÃO

A água mineral e a água potável de mesa estão sujeitas ao Imposto Único sobre Minerais, e seu valor tributável é fixado em Portaria do Ministério da Fazenda, a cada semestre.

Atualmente, Cr\$ 5,00 por litro, é o valor tributável para cálculo do IUM.

O QUE MAIS DEVERÁ SER OBSERVADO DO CÓDIGO DE ÁGUAS MINERAIS

1. A classificação das águas minerais, segundo a composição química (oligominerais, radíferas, alcalino bicarbonatadas, alcalino terrosas, sulfurosas, nitradas, cloretadas, ferruginosas, radioativas, poriativas e carbonatadas).
2. A classificação das fontes, além do critério químico (quanto aos gases e quanto à temperatura)
3. Disposições Gerais

E NA LEGISLAÇÃO COMPLEMENTAR

- Quanto ao sistema nacional de saúde

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

MINEROPAR
Minerais do Paraná S/A.
BIBLIOTECA

- Infrações à legislação sanitária e sanções
- Obrigatoriedade dos exames bacteriológicos da água
- Normas básicas sobre alimentos
- Classificação das águas:
 - Fatores essenciais de qualidade
 - Higiene
 - Características microbiológicas
 - Contaminantes
 - Rotulagem
 - Amostragem e método de análises

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

COMO REQUERER PESQUISA E LAVRA DE ÁGUA MINERAL

I - FASE DA PESQUISA

A autorização para pesquisa mineral depende de Alvarã do Ministro das Minas e Energia. Para obtê-lo, o interessado deverá entregar para Protocolo no DNPM, requerimento acompanhado da seguinte documentação em duas vias:

1. PROVA DE NACIONALIDADE BRASILEIRA

Se pessoa física: Estado Civil

Profissão

Domicílio do Interessado

Carteira de Identidade ou similar

Se pessoa jurídica : Nome ou Razão Social

Sede

Endereço

Cópia do Alvarã de Autorização para funcionar como Empresa de Mineração

Número do Registro desse título no Registro do Comércio de sua sede.

2. PROVA DO RECOLHIMENTO DE EMOLUMENTOS, em quantia correspondente a 3 (três) vezes o maior valor de referência, que deverá ser antecipadamente recolhida ao Banco do Brasil S/A, à conta do "Fundo Nacional de Mineração - Parte Disponível".

3. MEMORIAL DESCRITIVO contendo:

- Substâncias minerais a pesquisar;

- Área em hectares;

- Nome do local, Distrito, Comarca e Estado em que se situe a área a ser requerida;

- Nome dos proprietários ou posseiros das terras abrangidas pela área requerida;

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

- Denominação e descrição da localização da área pretendida em relação aos principais acidentes topográficos da região e sua amarração.

- 4. PLANTA DE DETALHE da área pleiteada, assinatura por engenheiro habilitado na escala 1:10.000 se grande, ou 1:20.000 se pequena, figurando os principais elementos de reconhecimento, tais como, estradas de ferro, rodovias, pontes, túneis, marcos quilométricos, rios, córregos, lagos, vilas, divisas das propriedades atingidas e confrontantes. A definição gráfica da área em escala adequada, por figura geométrica abrigatoriamente formado por segmentos de retas com orientação Norte-Sul e Leste-Oeste verdadeiros, com dois de seus vértices ou excepcionalmente um, amarrado a um ponto fixo e inconfundível do terreno, e os lados definidos por comprimentos e rumos verdadeiros.

- 5. PLANTA DE SITUAÇÃO DA ÁREA, em escala menor que a da planta de detalhe, deverá oferecer uma visão de conjunto, que permita relacionar a área com os principais acidentes geográficos da região como: vias de acesso, rios, limites distritais, vilas, cidades, etc.

- 6. PLANO DE PESQUISA, assinado por engenheiro de minas ou geólogo habilitado ao exercício de sua profissão, descrevendo os trabalhos de pesquisa, convenientemente locados em esboço geológico, com orçamento previsto para sua execução, baseado no volume real dos trabalhos previstos e nos preços de bens e serviços atuais do mercado.

- 7. PROVA DE DISPONIBILIDADE DE FUNDOS, comprovada mediante

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

Atestado fornecido por Estabelecimento de Crédito, que declare possuir o requerente "Recursos suficientes para o investimento previsto no Plano de Pesquisa".

8. PROVA DE ASSENTIMENTO DA COMISSÃO ESPECIAL DA FAIXA DE FRONTEIRAS, se a área de pesquisa se situar dentro de sua jurisdição.

Na conclusão dos trabalhos de pesquisa, o interessado deverá apresentar Relatório circunstanciado ao DNPM, que possibilite ao Governo formar um juízo seguro sobre a fonte, contendo os seguintes dados:

- a. Situação, vias de acesso e comunicação
- b. Planta topográfica da área de pesquisa na qual figure a localização das fontes
- c. Perfil geológico-estrutural, interessando a emergência da água.
- d. Descrição detalhada da fonte
- e. Vasão e temperatura da água
- f. Estudo analítico das águas, do ponto de vista de suas características químicas, físico-químicas e bacteriológicas, em laboratório credenciado pelo MME.
- g. Demonstração da possibilidade de lavra da fonte.

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

II - FASE DE LAVRA

Observado o requisito essencial, ou seja, de "que a ja zida se ache convenientemente pesquisada, com relatório de pesquisa aprovado pelo DNPM, e publicado no DOU", o titular deverá dirigir requerimento em duas vias, solicitando a concessão de lavra ao Ministro das Minas e Energia, anexando os seguintes documentos:

1. Certidão de Registro no Comércio, da entidade constituída, que poderá ser firma individual de brasileiro, ou sociedade organizada no País, ambos autorizados a funcionar como Empresa de Mineração.
2. Designação da substância mineral a lavrar com indicação do Alvará de Pesquisa outorgado, e de aprovação do respectivo relatório.
3. Planta de detalhe, observando:
 - a. A área definida para lavra seja apresentada em planta plani-altimétrica de detalhe, na qual, além da área que foi objeto de concessão de pesquisa, se mencionem também os principais acidentes da região.
 - b. Seja deferida ao meridiano verdadeiro; que constem os nomes do local, Distrito, Município, Estado, a escala, a superfície em hectares e o nome do requerente.
 - c. Seja feita representação dos limites das diversas propriedades abrangidas, para se estabelecer o controle de participação dos proprietários do solo, nos resultados da lavra.

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

- d. Figurem as áreas de servidão necessárias à operação da mina.
 - e. O polígono delimitador da área deve ser amarrado a ponto fixo e inconfundível do terreno, de preferência ao mesmo usado quando da autorização de pesquisa.
 - f. A amarração descrita na autorização de pesquisa é indispensável, mesmo quando se opte por nova amarração, mais segura.
 - g. A planta será elaborada por fotógrafo, engenheiro de minas ou geólogo legalmente habilitado ao exercício da profissão, devidamente assinada e com o número do registro do CREA.
 - h. Deverá constar do Plano, os estudos sobre investimentos e suas fontes; o retorno do capital previsto em cada fase do programa; as formas de comercialização; os problemas de mercado e as soluções equacionadas.
4. Planta de situação, devendo basear-se, ou mesmo poderá ser cópia fiel de um mapa base existente para a região, em escala adequada.

5. Prova de Disponibilidade de Fundos

A Empresa de Mineração interessada em requerer lavra, comprovará sua capacidade financeira para operar a jazida, de acordo com as normas técnicas e econômicas descritas no plano de bom aproveitamento, a ser aprovado pelo DNPM.

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

A prova poderá ser feita por atestado fornecido por estabelecimento bancário, no qual constarão referências ao Plano de bom aproveitamento, ao título de pesquisa e ao local da jazida.

Aceitam-se também outras provas de capacidade financeira, tal como comprovação de financiamento para execução do plano.

6. Plano de Aproveitamento Econômico da Jazida

Deverá ser elaborado exclusivamente por Engenheiro de Minas, habilitado ao exercício da profissão, contendo:

a. Memorial Explicativo, apresentando:

- o método a ser aplicado
- o volume previsto nas diferentes etapas de operação
- todos os trabalhos e equipamentos necessários à manutenção, transportes, energia, água, tratamento mecânico, iluminação, ventilação, higiene, segurança, etc.
- cronograma indicando as datas previstas para início de cada operação ou projeto e trabalhos de lavra.

b. Uma planta, em duas vias, indicando a situação exata das fontes e o esboço geológico dos arredores, com os necessários cortes geológicos, esclarecendo as condições de emergência das fontes.

- c. Plantas e desenhos complementares, em duas vias, com memória justificativa dos planos e processos adotados para captação e proteção das fontes, condução e distribuição das águas, além de dados sobre vazão e temperatura da fonte.
- d. Plantas e desenhos complementares, em duas vias, relativas ao Projeto de instalação para utilização das águas em todas as modalidades, incluindo reservatório, maquinarias, aparelhamento balneário e hidroterápico, e tudo mais que venha a ser empregado para a finalidade pretendida pela lavra.
- e. No caso de haver engarrafamento, além das plantas relativas ao projeto do prédio, apresentar as especificações do maquinário e, se possível, fotografias das máquinas a serem utilizadas; um "croquis" (desenho em escala ampliada) do rótulo a ser usado no vasilhame, de acordo com as exigências do Artigo 29 do Código de Águas Minerais.
7. Inscrição no Ministério da Fazenda como contribuinte do Imposto Único sobre Minerais.
8. Pagamento de taxa de emolumentos, correspondentes a 05 (cinco) salários mínimos mensal de maior valor no País, a ser recolhida ao Banco do Brasil S/A, à conta do "Fundo Nacional de Mineração - Parte Disponível".

RÓTULO

Para melhor orientar a confecção do rótulo para as águas minerais engarrafadas, de acordo com o CÓDIGO DE ÁGUAS MINERAIS,

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

esclarecemos o seguinte:-

- É facultativo ao interessado, a escolha do formato, coloração e estampas do rótulo.

- Os dizeres que deverão constar do rótulo são:-
 - a. Natureza da água, ou seja - Água Mineral Natural ou Potável de Mesa;

 - b. Nome da água;

 - c. Nome da Fonte, se houver. É obrigatória a menção da fonte em caracteres gráficos destacados, quando tratar-se de águas provenientes de fontes diferentes, porém do mesmo local da lavra e que sejam engarrafadas com denominação idêntica;

 - d. Classificação da água, segundo o Código de Águas Minerais;

 - e. Número e data da análise química realizada pelo Laboratório de Produção Mineral que classificou a água;

 - f. Composição química provável da água, constante da citada análise química;

 - g. Características físicas e físico-químicas constantes da análise química citada ou dos estudos analíticos realizados pelo citado laboratório, e apresentados no relatório de pesquisa já aprovado;

 - h. A expressão "Gaseificada Artificialmente", caso a água seja engarrafada com gaseificação de gás carbônico artificial;

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

- i. Número e data do Decreto de Lavra da Fonte;
- j. Nome do concessionário da autorização da lavra da fonte;
- k. Número e data do Decreto de Autorização para funcionar como Empresa de Mineração, no caso de ser firma comercial ou empresa, a concessionária dá autorização da lavra da fonte;
- l. Nome do arrendatário ou firma arrendatária, se houver arrendamento;
- m. Localização da fonte e endereço da sede comercial da empresa;
- n. A designação "Indústria Brasileira".

Não é permitido constar do rótulo nenhuma designação relativa às características ou propriedades terapêuticas das fontes, a menos que seja autorizada pela Comissão Permanente de Crenologia.

FONTES DE PESQUISA:

Código de Águas Minerais

Código de Mineração

DNPM

Pareceres Esparsos

Colaboração em Marketing - Sérgio Roberto Pegoraro

MINEROPAR

Minerais do Paraná S.A.

REQUISITOS BÁSICOS PARA OBTENÇÃO DE SUCESSO NO EMPREENDIMENTO

1. Análise

Estudo e pesquisa de mercado

2. Adaptação

Ajustar o produto às exigências do mercado já analisado:

- criar preço competitivo
- embalagem chamativa
- escolha cuidadosa da marca

3. Ativação

Conjunto de medidas visando a colocação do produto no mercado

- distribuição
- publicidade
- venda pessoal

4. Avaliação

Conjunto de controles sobre o processo de comercialização
Acompanhamento de resultados

Alguns obstáculos para a comercialização da Água Mineral no Paraná

- grande investimento, com retorno a longo prazo
- elevado número de concorrentes
- pequeno consumo devido ao fator climático
- bem supérfluo

A reeducação do mercado

A Nestlé e a Perrier puseram a nu a fragilidade do setor.

O grande sonho dos engarrafadores de água mineral é que o nível de consumo do mercado brasileiro suba dos modestos três litros "per capita" anuais de hoje para algo mais próximo dos quase 58 litros bebidos pelos franceses, por exemplo. Mas, quando isso acontecer, provavelmente só alguns poucos entre os cerca de cem engarrafadores em atividade no País terão motivo para comemorar. E, entre esses poucos, os mais animados serão certamente a Companhia Industrial e Comercial Brasileira de Produtos Alimentares — Cibobra, subsidiária da Nestlé Alimentana AG, da Suíça, e a Suramic — Sucos, Refrigerantes, Águas Minerais Indústria e Comércio, que representa a Sources Perrier, da França.

— Em primeiro lugar, porque as duas empresas já estão acostumadas a disputar entre si o domínio dos maiores centros consumidores de água mineral do mundo. Depois, porque são elas próprias que detêm a maior soma de experiência, recursos e, principalmente, necessidade de fazer com que o consumo brasileiro dê o pulo que todos esperam. Afinal, o quase vegetativo crescimento de 2% ao ano registrado pelo mercado de água mineral do País, segundo levantamentos da A.C. Nielsen e do Sindicato dos Produtores e Engarrafadores de Águas Minerais do Estado do Rio de Janeiro, não seria atrativo suficiente para empresas com o poder e o "know-how" da Nestlé e da Perrier.

Certamente, elas deverão repetir aqui os lances de competição que desenvolvem nos últimos anos nos Estados Unidos, cujo resultado foi um vigoroso crescimento do até então apático mercado de água mineral no país. O próprio desempenho da Perrier, que transformou sua marca num símbolo de

requinte entre executivos e população de maior renda, dá uma idéia do esforço de mercado que realizou: de 5 milhões de garrafas que vendia em 1976, a empresa chegou a 14 milhões no ano seguinte e a 100 milhões em 1978 e espera ter terminado 1979 com crescimento ainda mais alto, suficiente para enfrentar com tranquilidade os constantes desafios da Nestlé.

Para crescer no mercado brasileiro, as duas empresas não devem estar contando, como parece acontecer com alguns engarrafadores tradicionais, apenas com as circunstâncias mercadologicamente incontroláveis como a sede mais intensa dos homens dos trópicos ou a deterioração dos mananciais que abastecem os grandes centros industrializados. Tampouco devem estar esperando

resultados de campanhas ecológicas que pretendem frear os 16% de crescimento obtidos no ano passado pela indústria de refrigerantes através da piegação de uma volta ao consumo de produtos mais naturais. Nem se limitam a acompanhar passivamente a evolução das taxas de crescimento demográfico e a melhoria dos níveis de renda da população. Antes, procuram fortalecer os seus esquemas de engarrafamento e distribuição, não apenas para estimular o crescimento do consumo, mas para tomar mercado dos concorrentes. E, desse modo, vivem menos com quem dividir mais tarde os lucros gerados pelos investimentos que realizam.

Mas, ao que tudo indica, pelo menos um setor da produção parece estar a salvo, ainda



A embalagem de plástico permitiu a abertura de canais bem amplos de comercialização.

por algum tempo, das investidas das duas empresas: as pequenas engarrafadoras regionais. Por enquanto, seus investimentos e atividades ficarão restritos aos grandes mercados do Rio, São Paulo e Minas Gerais, onde se concentra 80% do consumo total de água mineral do País.

Thomas Culley, gerente de vendas da Nestlé, por exemplo, garante que sua empresa não tem qualquer plano de incorporar fontes fora desse território. Isso porque, explica, seria muito difícil e dispendioso assegurar o padrão de qualidade da marca e também por uma característica do ramo. "Não é a água que vai à fábrica, mas a fábrica que vai à água", diz. Nessa afirmação considera-se o problema do custo do transporte, que representaria hoje — cálculos de Culley — cerca de 30% do custo total da produção. É isto, segundo ele, significa que qualquer remessa além de 300 quilômetros torna-se economicamente inviável.

A Nestlé já teria conseguido operar acima do ponto de equilíbrio com a água Minalba, que lançou há cinco anos. E tenta agora elevar tanto a parcela de 20% que tem das vendas totais de água mineral no País como a sua participação no faturamento global da empresa (13,5 bilhões de cruzeiros no ano passado) para bem acima dos atuais 1,5%. "Não é uma má performance", avalia Culley. E isto ele atribui à maneira como o produto chegou ao mercado. O que quer dizer: cercado de todos os cuidados na área de produção, distribuição e formação de imagem.

A eficácia mercadológica da Nestlé, no entanto, gerou desconfianças, aliás nunca confirmadas. Alguns engarrafadores, por exemplo, insistem em vislumbrar na raiz de sua expansão práticas pouco ortodoxas de comércio. Segundo as acusações, a Nestlé aproveitaria a força de venda de alguns de seus produtos — o leite Ninho, principalmente — para impor o sistema de "vendas casadas" aos comerciantes. Ou seja, a Nestlé condicionaria o fornecimento do leite, de colação assegurada junto aos consumidores, à compra da água Minalba.

Além disso, uma aparente coincidência aumentou ainda mais as desconfianças do mercado. É que o lançamento da Minalba se deu no momento em que uma emissora de rádio de São Paulo iniciava intensa campanha denunciando os índices de contaminação das águas minerais brasileiras, atingindo especialmente a Lindóia, marca mais vendida no País. A Minalba, no entanto, escapava dessa.

Embora ninguém tenha conseguido provar uma ligação entre a campanha e o lançamento da Nestlé, as desconfianças persistiram. Thomas Culley, naturalmente, reage à

insinuação. E argumenta que a companhia, na verdade, não beneficiou a ninguém. Ao contrário, teria prejudicado o setor como um todo. "Todos perderam freguesia e, se a Minalba não teve problemas, foi devido ao sistema de engarrafamento mais moderno de que dispunha na época", afirma.

Nesse último aspecto, a personalização da embalagem era um dado coerente com o eixo central da campanha publicitária de lançamento do produto. "Foi uma campanha dirigida a quem já tinha hábito de beber



Thomas Culley

água mineral, geralmente o público adulto de poder aquisitivo mais alto. Nesse objetivo era, portanto, mostrar um produto de qualidade superior à dos similares e, ao mesmo tempo, garantir ao consumidor que essa qualidade lhe era assegurada graças à embalagem exclusiva", diz Culley.

Mas, também no capítulo das embalagens, há quem veja motivos pouco recomendáveis nas intenções da Perrier e da Nestlé. Waldemar Lunqueira Pereira, um dos donos da pioneira Água Piata e presidente do Sindicato dos Engarrafadores do Rio de Janeiro, acha simplesmente que "toda essa explicação da Minalba em favor do frasco personalizado é uma aditificação diferente para mascarar um abuso do poder econômico". E explica: "A Minalba distribui seus vasilhames aos bares e restaurantes sem qualquer despesa para os vendedores, ao contrário do que é feito costumeiramente pelos engarrafadores tradicionais".

Seja como for, o fato é que a Nestlé, assim como a Perrier, descobriu cedo que a concorrência era particularmente vulnerável nesse ponto. À exceção da Indaiá e da Rochagua, que haviam optado pelo sistema de distribuição porta-a-porta, cobrindo esotéricas regiões com vasilhames de 20 litros e compartilhados de equipamentos de refrige-

ração, os demais engarrafadores insistiam na tradicional embalagem de vidro com 0,33 de litro, limitando sua distribuição praticamente a restaurantes e bares. Na prática, isto significa que eles tinham de enfrentar transportes nada desprezíveis, como as dificuldades de fornecimento dos fabricantes de garrafas, as quebras de vasilhames e os custos adicionais que representavam para os donos dos pontos de vendas manter depósitos e responder pelas quantidades de "cascos" recebidos das engarrafadoras. Além disso, como as garrafas eram despersonalizadas, tornava-se mais difícil manter a fidelidade dos compradores, que ficavam à vontade para adquirir o produto a quem chegasse primeiro ao seu balcão, uma vez que o consumidor final não costuma estabelecer qualquer preferência por marcas.

Plástico. Foi em cima desse quadro que a Nestlé e a Perrier introduziram as garrafas descartáveis de plástico. Com isso, começaram por ampliar o consumo residencial, na medida em que eliminavam a necessidade de retorno do "casco" e abriam um canal de comercialização amplo e ágil como os supermercados.

A medida — primeira revolução mercadológica do setor — foi suficiente para que a até então passiva indústria brasileira de água mineral começasse a se agitar em direção a métodos mais modernos de trabalho.

A Poá descobriu um segmento importante nos consumidores que costumam pedir apenas um copo de água, servido de garrafas, nos bares. Lançou, então, com êxito uma linha de copos plásticos de doses individuais que hoje contribui, em grande parte, para lhe assegurar os 7% de participação que diz ter no mercado. O exemplo foi seguido, recentemente, pela água Perópolis, da Perrier.

Também a Indaiá e a Rochagua convenceram-se das vantagens do plástico para o seu sistema de distribuição porta-a-porta e estão substituindo seus garrafrões de vidro por embalagens de polipropileno.

Mesmo tendo sido a causadora das transformações do mercado, é certo que até agora a Minalba não encontrou muitos tropeços pelo caminho. Mas já tem com que se preocupar.

Em 1978, ao comunicar os planos de expansão da sua subsidiária no Brasil, a Perrier incluiu entre seus investimentos prioritários a exploração industrial de uma fonte em Campos do Jordão, São Paulo, cuja vazão "é maior do que todo o consumo atual de água mineral no Brasil", de acordo com a empresa. Coincidência ou não, a fonte fica nas proximidades de uma outra, da Nestlé.



A entrada da Coca-Cola no mercado pegou o setor desprevenido. "Foi como um direito no queixo."

Distribuição. O grupo francês estipulava um prazo de aproximadamente dezesseis meses para a entrada em funcionamento da nova fábrica. Era o tempo que julgava necessário para poder montar uma estrutura de distribuição adequada em São Paulo. E, sintomaticamente, descrevia o novo produto que, pelos cálculos, está prestes a lançar, como sendo "uma água sem gás, similar à Mineral". O que faz supor que, pelo menos simbolicamente, os lances mais importantes da luta entre duas multinacionais pelo mercado brasileiro já começaram a ser jogados.

O fato de ser o maior produtor de águas minerais do mundo e de ter chegado ao País um ano antes não foi suficiente para dar à Petiet as condições para apresentar um desempenho à altura de sua arqui-rival. Pelo menos por enquanto, ela tem de se conformar com uns 7% das vendas totais do setor. A Nestlé partiu com a vantagem de já dispor de um eficiente sistema de distribuição. E pôde assim ganhar terreno, enquanto sua concorrente gastava tempo em montar um.

Desde que iniciou seus negócios no Brasil, em 1974, a Petiet permaneceu algum tempo cautelosamente limitada à comercialização das águas São Lourenço e Petrópolis. Só

em meados de 1977 ousou passos mais largos, adquirindo por 10 milhões de dólares a Imataca, empresa de capital venezuelano que tem os direitos de fabricação e distribuição da Pepsi-Cola, Crush, Giapette e Gini no Rio e em São Paulo. A Imataca transformou-se na Refinco, que pretende ser a plataforma de onde a Petiet espera poder dar o grande salto em direção ao mercado. Mas, para isso, a empresa precisaria ainda incorporar outras bases de atuação ao seu esquema. E a oportunidade parece estar surgindo com as dificuldades que o governo de Minas Gerais está sentindo para sustentar os prejuízos da Hidrominas, a empresa estatal que explora várias fontes no Estado, além de turismo e hotelaria.

Vulneráveis. Não é nada estranho, portanto, que, tendo estado relativamente há pouco tempo no mercado nacional de águas minerais, as duas empresas já absorvam parcelas significativas das vendas. Decerto, foram ajudadas pela própria fragilidade da concorrência que aqui encontraram.

Mesmo hoje, quase cem anos depois que a Borba Cardoso e Cia. Ltda. iniciou, em 1913, o engarrafamento da Água Prata, o setor continua a ser explorado por uma cen-

tena de empresas, na maior parte familiares e regionalizadas, das quais apenas doze são responsáveis por três quartos da produção nacional. Essa pulverização e a falta de esquemas sólidos de distribuição naturalmente tornavam as empresas e o próprio setor como um todo extremamente vulneráveis às investidas de concorrentes com maior experiência e poder mercadológico, de fora ou de dentro do negócio. O primeiro grande impacto foi a entrada da Coca-Cola no País. O fato representou "um direito no queixo dos fabricantes de água mineral", de acordo com a imagem de Vicente de Tommaso Netto, gerente de vendas do grupo Tatuizinho/3 Fazendas, tradicional fabricante de aguadente de Piracicaba (SP) e proprietário da água Poá, a terceira marca mais vendida no País.

"Naquela época", diz Tommaso, "as empresas engarrafadoras eram pequenas e mal administradas. Desse modo, não podiam resistir ao avanço publicitário e de distribuição montado pela Coca-Cola." Em consequência, ele constata, "perderam rapidamente uma boa faixa dos consumidores para uma multinacional norte-americana que sabia como vender". Como o sabem a Nestlé e a Petiet.

Um impasse na Hidrominas

Desde sua fundação em 1961 — quando absorveu as antigas concessionárias das fontes que atualmente explora —, a Hidrominas acumula déficits financeiros sucessivos.

Mudar este quadro, transformando-a na maior produtora de águas minerais do País, a partir de 1981, é o objetivo de um ambicioso plano que começou a ser desenvolvido no ano passado. Esse programa prevê não só a modernização da estrutura industrial e a dinamização nas áreas de distribuição e comercialização, como, também, a entrada de um novo sócio privado. "Estamos negociando com diversos grupos, entre eles o Petiet, francês, o liderado pelo empresário José Fapa Jr., de São Paulo, e a Refigerantes Minas Gerais S.A., concessionária da Coca-Cola em Minas", diz Orlando Vaz, presidente da Hidrominas.

Ele conta que as negociações com o grupo Petiet foram iniciadas no segundo semestre de 1979, em Paris. Os entendimentos prosseguem, mas chegam ao impasse quanto à possível futura composição acionária.

"Os franceses propuseram-nos a for-

mula 40-40-20 (40% do capital seria do governo mineiro, 40% da Petiet e os restantes 20% caberiam aos atuais sócios minoritários), uma proposta para nós inaceitável, desde que não abríamos mão do controle acionário da empresa", acrescenta Vaz. Ele argumenta que, acei-

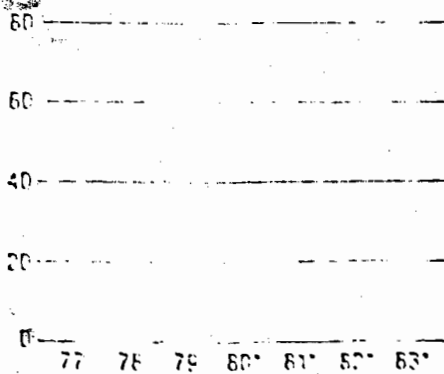
ta tal proposta, "a Hidrominas correria o risco de alienar as fontes de águas minerais, valiosos bens de propriedade estatal". Vaz esclarece que a pretendida entrada de um grupo privado seria limitada à exploração e comercialização das águas minerais, excluindo-se, portanto, a possibilidade de o novo sócio participar também do setor de hotelaria e turismo.

Outra condição imposta pela Hidrominas para a admissão de um novo sócio é que ele assumira o setor comercial, criando uma empresa com essa finalidade específica. "Nesse caso, nós aceitamos participar em caráter minoritário", acrescenta Vaz. Se os entendimentos com os grupos privados não chegarem a bom termo, a empresa pretende realizar, no final deste ano (quando expira o contrato com o atual distribuidor), uma concorrência pública para escolha da futura distribuidora.

No programa de modernização e expansão, a Hidrominas está investindo cerca de 75 milhões de cruzeiros para elevar sua produção — 12 milhões de litros no ano passado — para um volume em torno de 74 milhões de litros em 1982.

Hidrominas

(Produção em milhões de litros)



Fontes: IBGE, Hidrominas

