



A Importância das Indicações Geográficas no contexto da Competitividade e Inovação no Brasil

Christiane Madalena Matheus de Alcantara (INPI) -chrismatheus@uol.com.br

Resumo:

O objetivo deste trabalho é demonstrar que as Indicações Geográficas, podem ser utilizadas para valorizar produtos agroalimentares, o artesanato, bem como, podem ajudar no desenvolvimento nacional em mundo globalizado, promovendo maior competitividade através de produtos reconhecidos por sua qualidade, uma cultura de inovação no agribusiness, a inclusão social, principalmente dos pequenos produtores rurais. No continente europeu as IGs, são amplamente disseminadas e consolidadas. Entretanto, apesar de sua magnitude e importância, o Brasil ainda pouco utiliza esse instrumento

Palavras Chave:

Competitividade, Consumidores, Inovação

1. Conceitos Fundamentais

Para Velloso (2008) a noção de indicações geográficas (IGs) está muito próxima ao conceito de *terroir*, pois estabelece uma ligação entre qualidade e território. Essa noção surgiu de forma gradativa, quando produtores e consumidores passaram a perceber os sabores ou qualidades peculiares de alguns produtos que provinham de determinados locais. Ou seja, qualidades – nem melhores nem piores, mas diferenciadas – jamais encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local. Assim, começou-se a denominar os produtos – que apresentavam essa notoriedade – com o nome geográfico de sua procedência. Os vinhos foram os primeiros, nos quais se observava a influência, sobretudo dos fatores edafo-climáticos.

Para Moro (2005) as indicações geográficas constituem bens de propriedade industrial, assim como marcas, patentes, desenho industrial, programas de computador e, como





III Simpósio de Engenharia de Produção

GESTÃO DE INFORMAÇÕES COMO APORTE DE COMPETITIVIDADE PARA ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS

tais, têm sua regulamentação básica na Lei nº 9279/96, a Lei da Propriedade Industrial ou LPI. Essa mesma Lei estabelece a indicação geográfica como gênero (no art. 176), do qual são espécies as indicações geográficas (art. 177) e as denominações de origem (art. 178). A indicação de procedência, conforme a Lei, é “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de determinado serviço”, e a denominação de origem é o “nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território que designe produto ou serviço cujas qualidades e características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Com o processo de globalização iniciado no século XX, as indicações geográficas passaram a ser vistas como instrumentos mercadológicos e de competitividade.

Para Locatelli (*op. cit*) As indicações geográficas podem ser identificadas em vários aspectos, como instrumentos de desenvolvimento econômico, tais como:

- A potencialidade de melhor inserção dos produtos com indicação geográfica no mercado interno e externo;
- A potencialidade de gerarem um incremento à renda dos produtores e comerciantes, o qual pode ser estendido a toda comunidade local;
- O maior valor agregado aos produtos ou serviços como indicações geográficas;
- Geração de emprego e fixação da população na zona rural;
- O estímulo ao desenvolvimento de atividades lucrativas indiretas relacionadas às indicações geográficas reconhecidas.

Portanto, percebe-se que as indicações geográficas estão diretamente ligadas aos propósitos ligados diretamente a aspectos como:

- competitividade, segundo Kotler (1998) para se obter vantagem competitiva, uma empresa deve desenvolver um conjunto de diferenças significativas em seus produtos ou serviços, que os destaquem dos oferecidos pelos concorrentes. e





III Simpósio de Engenharia de Produção

GESTÃO DE INFORMAÇÕES COMO APORTE DE COMPETITIVIDADE PARA ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS

responsabilidade social, pois, conseguem fazer com que exista deve desenvolver um conjunto de diferenças significativas em seus produtos ou serviços, que os destaquem dos oferecidos pelos concorrentes;

-gestão inovadora: Num mundo de relações econômicas globalizadas, as indicações geográficas possibilitam salvaguardar características locais e regionais dos produtos, valorizando e atestando seus níveis de qualidade, os quais são frutos dos fatores naturais de uma área delimitada e de fatores devidos à intervenção do homem (TONIETTO, 2003).

- responsabilidade social: as indicações geográficas passam a oferecer uma melhoria na qualidade de vida da sociedade, minimizando das desigualdades sociais, e ainda ajuda os pequenos produtores rurais.

A França agiu pioneiramente no desenvolvimento dos indicadores que caracterizam produtos de qualidade. Desse modo, por exemplo, o autêntico produto local, aquele que obtêm o direito a Indicação Geográfica, ou, no exemplo deste país, uma appellations d'origine controlée (AOC), procedimento francês dos mais antigos, está impregnado de cultura, de história, de estilo de produzir, de respeito às tradições. Assim, o produto certificado é a expressão de diversidade e qualidade, passando a fazer parte do patrimônio cultural da nação. (GOLLO; CASTRO, 2008)

Segundo o IBGE (2006) na União européia existem cerca de três mil marcas de produtos protegidos com indicações geográficas. Destacando-se os seguintes países: França, Itália, Portugal, Grécia, Espanha e Alemanha, respectivamente.

Além dos fatores mencionados, cabe ressaltar que o *agribusiness* brasileiro representa 35% do Produto Interno Bruto (PIB) e 40% das exportações brasileiras (ABAG, 1993 apud NEVES, 1995). Constituindo como um dos principais setores mais competitivos da economia brasileira.

No Brasil, o registro das IGs se baseia na resolução nº. 75 do Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI), a qual estabelece as condições para o registro das



indicações geográficas no Brasil e na lei nº. 9.279, de 14/05/1996, que regula os direitos e obrigações relativas à propriedade intelectual no Brasil. As IGs no Brasil são classificadas em:

- Indicação de Procedência (IP);
- Denominação de Origem (DO);

Para melhor entendimento, abaixo um quadro comparativo (Quadro 1) segundo Pistorello (2006):

| Itens | Denominação de Origem | Indicação de Procedência |
|---------------------------------|--|--|
| Meio Natural | O meio geográfico marca e personaliza o produto; a delimitação da zona de produção é indispensável. | O meio geográfico não tem necessariamente uma importância especial, sendo que o nome geográfico pode referir-se à origem do vinho, à localização da cantina ou ao local de engarrafamento. |
| Renome/Prestígio | Indispensável. | Não necessariamente indispensável. |
| Uniformidade da Produção | Mesmo existindo mais de um tipo de produto, eles estão ligados por certa homogeneidade de características. | Pode ser aplicada a um conjunto de produtos de características diferentes que tenham em comum apenas o lugar de produção, o centro de distribuição ou o local de engarrafamento. |
| Regime de Produção | Há regras específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos. | Não existe uma disciplina de produção à qual devam ser submetidos os produtos; existe apenas uma disciplina de marca. |
| Constâncias das características | Os produtos devem conservar um mínimo de qualidade e uma certa constância nas suas características. | Não implica um nível de qualidade determinada nem da constância de características. |
| Volume de Produção | Há um limite de produção por hectare, que tem relação com a qualidade do produto. | Não existe limite de produção. |

Segundo o Relatório de Gestão do INPI de 2009, no período de janeiro a dezembro do referido ano, ocorreram os depósitos de cinco pedidos de registro de indicação geográfica, da espécie indicação de procedência (IP): “Pelotas”, cujos produtos são doces; “Norte Pioneiro do Paraná”, para o produto café verde em grão e industrializado



III Simpósio de Engenharia de Produção

GESTÃO DE INFORMAÇÕES COMO APORTE DE COMPETITIVIDADE PARA ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS

torrado em grão e ou moído; “Região do Jalapão do Estado do Tocantins”, para o produto artesanato em capim dourado; “Paraíba”, para o produto têxteis de algodão naturalmente colorido; e “Salinas”, para o produto aguardente de cana-de-açúcar. Também houve o depósito de cinco pedidos de registro de indicações cação geográfica da espécie denominação de origem (DO): “Porto” de Portugal, para o produto vinho; “Douro” de Portugal, para o produto vinho; “Região da Costa Negra”, para o produto camarão; “Barbaresco” da Itália, para o produto vinho; e “Barolo” da Itália, para o produto vinho. Foi constatado que os depósitos de nacionais superaram os depósitos de estrangeiros, consolidando a tendência anterior. De fato, no período de 1997 a 2008, cerca de 62% dos depósitos foram de nacionais e 38% de estrangeiros.

Quanto às decisões , foi verificado que foram concedidos os registros de indicações de procedência: “Vale dos Sinos”, em 19/05/2009, para o produto couro acabado, sendo esta a primeira IG não-agroindustrial do Brasil; “Vale do Submédio São Francisco”, para uvas de mesa e mangas, a primeira IG do Nordeste brasileiro em 07/07/2009; e o registro de denominação de origem para “San Daniele” da Itália, para coxas suínas frescas, presunto defumado cru, em 07/04/2009.

Apesar do interesse crescente pelo assunto no país, percebe-se através dos números acima apresentados, que o Brasil ainda apresenta um quantitativo de indicações geográficas registradas muito baixo. Alguns fatores podem contribuir para um número considerado inexpressivo se considerado com a União Européia:

- Falta de cultura a respeito do assunto no Brasil. Haja vista que países como a França mantém uma tradição de séculos em relação à Indicação Geográfica;
- Falta de maior interação entre Organizações como o SEBRAE, INPI com os produtores rurais.

Apesar do número ainda baixo, é importante observar que, por outro lado, o Brasil começa a despertar para as Indicações Geográficas, o que é algo extremamente estratégico em um mundo altamente competitivo.





III Simpósio de Engenharia de Produção

GESTÃO DE INFORMAÇÕES COMO APORTE DE COMPETITIVIDADE PARA ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS

O quadro 2 apresenta as indicações geográficas registradas no Brasil, até agosto de 2010.

Em 2010, o INPI concedeu a primeira Indicação Geográfica de Denominação de Origem: o Arroz do Litoral Norte Gaúcho³ (César, 2011).

O relatório de Gestão de 2013 do INPI demonstra que em 2012 a meta física em relação a Indicações Geográficas era conceder 120 registros de indicação de procedência e 30 registros de denominação de origem unidade. Entretanto, no mesmo exercício o Relatório informa que foram concedidas apenas 21 Indicações Geográficas. Apesar de ter atingido um número muito abaixo da meta estabelecida em 2012, o Instituto espera que em 2015, haja a concessão de 150 indicações geográficas, tornando o Brasil o país com o maior número de Indicações Geográficas da América do Sul (INPI, RELATÓRIO DE GESTÃO, 2013).





III Simpósio de Engenharia de Produção

GESTÃO DE INFORMAÇÕES COMO APORTE DE COMPETITIVIDADE PARA ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS

Quadro 2 - Indicações Geográficas no Brasil

| Indicação geográfica | Produto | Requerente | Estado | Data de concessão |
|--|--|---|--------------------|-------------------|
| IP Vale dos Vinhedos | Vinhos tintos, brancos e espumantes | APROVALE - Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos | Rio Grande do Sul | 19/11/2002 |
| IP Região do Cerrado Mineiro | Café | CACCCER - Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado | Minas Gerais | 14/05/2005 |
| IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional | Carne bovina e seus derivados | APROPAMPA - Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional | Rio Grande do Sul | 12/12/2006 |
| IP Paraty | Aguardentes tipo cachaça e aguardente composta azulada | APACAP - Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty | Rio de Janeiro | 10/07/2007 |
| IP Vale do Sinos | Couro acabado | AICSUL - Associação da Indústria de Cortumes do Rio Grande do Sul | Rio Grande do Sul | 19/05/2009 |
| IP Vale do Submédio São Francisco | Uvas de mesa e mangas | UNIIVALE - Conselho da União das Associações e Cooperativas dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco | Bahia e Pernambuco | 07/07/2009 |
| IP Pinto Bandeira | Vinhos tintos, brancos e espumantes | ASPROVIIHO - Associação de Produtores de Vinho de Pinto Bandeira | Rio Grande do Sul | 13/07/2010 |
| DO Litoral Norte Gaúcho | Arroz | APROARROZ - Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho | Rio Grande do Sul | 24/08/2010 |

Fonte: INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI. IG's nacionais registradas. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/igs-registradas-no-brasil/indicacoes-geograficas-concedidas/>>. Acesso em: 30 ago. 2010, citado por http://www.peabirus.com.br/redes/form/post?post_pub_id=77050 visita em 14 de maio de 2011.

2. Metodologia

Este trabalho pretende utilizar a modalidade de pesquisa descritiva. Pelo fato dessa pesquisa procurar descobrir, com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características. E dentre a pesquisa descritiva, as que deverão ser utilizadas no referido trabalho deverá ser a Pesquisa Documental e o Estudo de Caso.





III Simpósio de Engenharia de Produção

GESTÃO DE INFORMAÇÕES COMO APORTE DE COMPETITIVIDADE PARA ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS

Também deverá ser utilizada a Pesquisa Exploratória, pois esta não tem como intenção elaborar hipóteses para serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar mais informações sobre determinado assunto. (CERVO e BARVIAN, 2003).

3. Conclusões

As indicações geográficas têm se transformado em importantes instrumentos de competitividade entre países. O Brasil com sua agropecuária tão extensa e diversificada não pode mais enxergar a Indicação Geográfica como algo praticamente inexistente ou secundário em seus projetos ligados a competitividade e inovação. Por outro lado, há um aumento substancial de número de pesquisas desenvolvidas no país sobre o assunto. Está muito claro que as Indicações Geográficas estão ocupando cada vez mais um espaço em jornais especializados em negócios, mas ainda assim, continua muito aquém quando comparado a outros países, principalmente, países membros da União Européia. Os desafios no Brasil ainda são muito grandes.

No país quando o assunto é Indicação Geográfica, constata-se que ainda há muito por se fazer. A falta de disseminação sobre a matéria seja talvez o grande problema a ser enfrentado pelo governo brasileiro, através do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) que segundo seu Relatório de Gestão de 2012, atingiu um número muito abaixo da meta estabelecida para o referido exercício. Entretanto, o INPI, no mesmo documento informa que em 2015 tem como objetivo fazer com que o Brasil seja o país com o maior número de indicações geográficas da América do Sul.

Neste início de século, o Brasil, tem um grande desafio de disseminar uma cultura nacional que permita consolidar a importância das Indicações Geográficas, diante de uma economia mundial altamente competitiva.

Referências





III Simpósio de Engenharia de Produção

GESTÃO DE INFORMAÇÕES COMO APORTE DE COMPETITIVIDADE PARA ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGRIBUSINESS (ABAG) - **Segurança Alimentar - Uma Abordagem de Agribusiness** - Edições ABAG, 1993

CERVO, Amado L., BERVIAN, Pedro A. *Metodologia Científica*. São Paulo. Prentice Hall. 2002

CESAR, Eduardo. *Primeira Denominação de Origem Brasileira é Concedida ao Arroz do Litoral Norte Gaúcho*. Mensagem Disponível em <http://www.peabirus.com.br/redes/form/post?post_pub_id=77050>. Data de acesso: 14 de maio de 2011.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Referências de território. In: II Encontro Nacional de Produtores e Usuários de Informações Sociais, Econômicas e Territoriais, 2006.** Disponível em: <http://www1.ibge.gov.br/forum_confest_e_confega/viewtopic.php?p=61&sid=5402ab9562f66c714d583000ba8c39a3r> . Acesso em 14 de maio, 2010.

INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). **Relatório de Gestão de 2009.** Disponível em <www.inpi.gov.br>. Acessado em 14 de maio de 2011.

INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). **Relatório de Gestão de 2012.** Disponível em <http://www.inpi.gov.br/images/docs/relatorio_de_gestao_2012_inpi.pdf>. Acessado em 10/01/2015.

INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). **INPI concede primeira denominação de origem para brasileiros.** Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-concede-primeira-denominacao-de-origem-para-brasileiros>>. Acessado em 14 de maio de 2011.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998





III Simpósio de Engenharia de Produção

GESTÃO DE INFORMAÇÕES COMO APORTE DE COMPETITIVIDADE PARA ORGANIZAÇÕES PRODUTIVAS

LOCATELLI, Liliana. **Indicações Geográficas: A proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico.**, Curitiba: Juruá Editora. 2008.

MORO, Maitê C. F. Indicações Geográficas. *In*: ABRÃO, Eliane Y. (org.): **Propriedade Imaterial: Direitos autorais, propriedade industrial e bens de personalidade.** São Paulo: Senac. 2006

NEVES, Marcos F. **Sistema Agroindustrial Citrícola: Um Exemplo de Quase-Integração no Agribusiness Brasileiro.** São Paulo. 1995. (Dissertação de Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) - Universidade de São Paulo

PISTORELLO, Nestor (Coord.). **Projeto de Denominação de Origem Controlada.** Projeto VICTUR. Secretaria Municipal da Agricultura de Caxias do Sul. Sebrae. 2006

TONIETTO, Jorge. **Vinhos brasileiros de 4º geração: o Brasil na era das indicações geográficas.** Bento Gonçalves: Embrapa – Uva e Vinho, Comunicado Técnico, n.45, jun. 2003.

VELLOSO, Carolina, Q. **Indicação Geográfica e Desenvolvimento Territorial Sustentável: A atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC).** Florianópolis, 2008 (Dissertação de curso de Mestrado em Agroecossistemas) – Centro de Ciências Agrárias – Universidade Federal de Santa Catarina.

