

**VALES DA UVA GOETHE: UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE
INSTITUCIONALIZAÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O
DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO**

**VALES DA UVA GOETHE: AN ANALYSIS OF THE INDICATION OF GEOGRAPHICAL
INSTITUTIONALIZATION PROCESS FOR SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT**

Roseli Jenoveva Neto¹; Patricia de Sá Freire²; Adriana Carvalho Pinto Vieira³; Julio Cesar Zilli⁴

¹Programa de Pós-Graduação Engenharia e Gestão do Conhecimento - EGC/UFSC
Universidade Federal Santa Catarina – UFSC – Florianópolis/SC – Brasil

roselijenoveva@gmail.com

² Universidade Federal Santa Catarina – UFSC – Araranguá/SC – Brasil

patriciasafreire@gmail.com

^{3,4} Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconomico – PPGDS
Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

dricpvieira@gmail.com/ zilli42@hotmail.com

Resumo

Este estudo tem como objetivo analisar o processo de institucionalização da indicação de procedência no Brasil como promotor do desenvolvimento socioeconômico regional. Para tal foi estudado a história do reconhecimento da Indicação Geográfica no Brasil e o caso da ação coletiva que resultou na implementação da Indicação Geográfica (IG) pela Indicação de Procedência (IP) dos “Vales da Uva Goethe”. Pela análise da história e o estudo de caso pode-se identificar treze etapas a serem respeitadas pelos pleiteantes brasileiros de IG para que alcancem o objetivo de agregar valor os produtos de maneira a promover o seu próprio desenvolvimento e de toda a região. Pode-se inclusive concluir que a institucionalização das IG tem grandes vantagens para a competitividade dos produtores bem como para o desenvolvimento socioeconômico regional que poderão proporcionar oportunidades de organizar a cadeia produtiva, aprofundar e compartilhar os conhecimentos, estabelecer critérios técnicos de produção, contribuir para a melhoria da qualidade dos produtos e, promover o desenvolvimento social, cultural e econômico da região. Porém, a institucionalização da IG depende da gestão de processos complexos e este estudo é importante para apoiar neste caminho, pois com o processo mapeado e a clareza em relação à descrição de suas etapas facilita-se o envolvimento consciente dos participantes.

Palavras-chave: Propriedade Intelectual, Indicação Geográfica, processo, Desenvolvimento Socioeconômico.

Abstract

This study aims to analyze the process of institutionalization of the indication of origin in Brazil as the regional socio-economic development promoter. To this end, we studied the history of the recognition of the geographical indication in Brazil and the case of collective action which resulted in the implementation of the Geographical Indication (GI) for the Indication of Origin (IP) "Valleys of Goethe Grape". For the analysis of the history and the case study can identify thirteen steps to be observed by Brazilian plaintiffs IG to achieve the goal of adding value products in order to promote their own development and the entire region. One may even conclude that the institutionalization of IG has great advantages for the competitiveness of producers as well as to regional socioeconomic development that could provide opportunities to organize the production chain, deepen and share knowledge, establish technical criteria for production, contribute to the improve product quality, and promote the social, cultural and economic development of the region. However, the institutionalization of IG depends on the management of complex processes and this study is important to support this path, because with the mapped process and the clarity of the description of its stages facilitates the conscious involvement.

Key-words: Intellectual Property, geographical indication, process, Socioeconomic Development.

1. Introdução

A procura pelos consumidores urbanos por produtos de origem explicitada é uma constatação cada vez mais frequente. Uma das explicações é a crescente perda da confiança nos produtos alimentares produzidos em grande escala associados a doenças como a ‘vaca louca’, as alterações transgênicas e os riscos do uso de hormônio, entre outros. Nesse contexto, para o consumidor as informações sobre a origem dos produtos passaram a ter valor.

O conceito indicações geográficas (IG) está relacionado a produtos com origem geográfica definida. Ao explicitar a origem e agregar este valor aos produtos de mesma procedência, se traduz o valor de qualidade e características próprias da identidade e da cultura de um espaço geográfico em ativo tangível. Os produtores e/ou agentes de uma região se organizam para valorizar estas características, mobilizando um direito de propriedade intelectual: a indicação Geográfica (IG). A IG possibilita preservar as características do produto e valorizá-las aos consumidores, tangibilizando os ativos intangíveis como a reputação, fatores ambientais específicos e competências humanas agregando esses valores aos produtos.

Uma IG tem como missão a preservação da Cultura, tradição, lealdade, reputação, constância, história, *terroir*, saber-fazer (Brasil, 2010). Mas o objetivo principal desta iniciativa é comercial, pois ao informar ao consumidor a IG do produto, passa-se a garantir e protege-la de falsificações e concorrência desleal e, ainda cria-se um caminho para a fidelização do consumidor à tipicidade e à unicidade de determinado produto.

Agregar valor ao produto pela IG não é um conceito novo. Existem registros do valor da região agregado aos produtos como, por exemplo, os vinhos desde o período Antes de Cristo (A.C.). Os vinhos foram os primeiros nos quais se observou a influência, sobretudo dos fatores naturais, por exemplo, o vinho de Coríntio, Ícaro e Rhodes (Séc. 4 a.C. na Grécia). A situação nova para o Brasil é a iniciativa de proteção legal. Na União Europeia, em destaque França, Itália e Espanha, ultrapassa o número de 5.000 registros legais de produtos, sendo 4.200 para vinhos e destilados e, 812 para outros produtos. No Brasil o número de registros ainda é insignificante (BRASIL, 2010).

Dependendo do País, o conceito de IG aborda a Indicação de Procedência (IP), a Denominação de Origem (DO) e a própria Indicação Geográfica (IG). No Brasil, o Instituto nacional de propriedade intelectual (INPI) emite a IG em duas espécies: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO).

Este estudo tem seu foco na IG/IP e a sua influência no desenvolvimento regional. Embora as IGs não tenham sido concebidas para promover o desenvolvimento socioeconômico, ao serem implantadas elas geram iniciativas públicas e privadas que influenciam o desenvolvimento de toda a região. Ao perceber as vantagens da IG pela dimensão social, cultural e ambiental, podem-se destacar os benefícios da preservação das particularidades dos produtos que se tornam patrimônio da região como um todo; o estímulo e atração de investimentos não somente para os processos produtivos, mas também para novos negócios, como por exemplo, o turismo. Entre tantos benefícios, pode-se citar a valorização das propriedades e novos empregos, como também se identifica a vantagem do aumento da autoestima da população local o que pode ser utilizado como fator de manutenção dos cidadãos em idade produtiva na região.

É importante ressaltar que uma IG por si só não garante resultados mercadológicos e de competitividade, nem para as empresas nem para a região. É necessário a gestão de variados elementos para a aquisição e agregação dos valores distintivos aos produtos e serviços.

A implementação de uma IG é um processo não linear, acontece a sobreposição de múltiplas atividades que demandam a atuação de agentes multi e interdisciplinares: políticas públicas específicas; apoio de Instituições de pesquisa; compartilhamento de experiências e de aprendizagem coletiva de setores público e privado, entre outros. Devido a esta complexidade, se faz necessário a realização do mapeamento dos processos chave, a mobilização e a participação dos atores locais, os quais devem se comprometer em apropriar, compartilhar e utilizar diferentes conhecimentos nos produtos e serviços daquela região (VELLOSO, 2008).

Neste contexto, o propósito deste trabalho é analisar o processo de institucionalização da indicação de procedência no Brasil como promotor do desenvolvimento socioeconômico regional. Para atender a este objetivo foi estudado o caso da ação coletiva que resultou na

implementação da Indicação Geográfica (IG) pela Indicação de Procedência (IP) dos “Vales da Uva Goethe”.

2. Procedimentos Metodológicos

A pesquisa é qualitativa e se caracteriza, quanto aos fins de investigação como descritiva e aplicada e, quanto aos meios como bibliográfica, documental e de campo com o apoio da observação participante (VERGARA, 2005). A observação se realizou com a participação dos pesquisadores da Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC) na Associação de Produtores da Uva e do Vinho Goethe da Região de Urussanga (PROGOETHE), no Conselho Regulador e nos Fóruns de IG do Estado de Santa Catarina.

Vale ressaltar que estes Fóruns são importantes espaços de discussões para a definição de políticas públicas e identificação de variáveis para o planejamento estratégico das empresas detentoras das IGs. Neles participam a Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Sustentável de Santa Catarina, PROGOETHE, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI) Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), Universidade Regional de Blumenau (FURB), Universidade do Contestado (UNC), entre outras. No ano de 2012 foram realizados três Fóruns em Blumenau, Florianópolis e Urussanga. Em 2013 os Fóruns foram realizados de forma descentralizada em diversas regiões do Estado: Canoinhas, Lages, Vale do Itajaí, Chapecó e Florianópolis.

3. Gestão de Processos

Por definição, um processo de negócio é um conjunto de tarefas relacionadas logicamente e realizadas para alcançar um objetivo definido (NORTH, 2010) em que uma das partes influencia todas as demais (DE SORDI, 2012). Dentre a diversidade de conceitos para processo de negócio, “define-se como fluxos de trabalho que atendem a um ou mais objetivos da organização e que proporcionam agregação de valor sob a ótica do cliente final” (DE SORDI, 2010, p. 13). Desse modo, como os processos organizacionais são fatores críticos no sucesso da empresa, eles precisam ser gerenciados (DÁVILA, LEOCÁDIO e VARVAKIS, 2008).

Aprofundando este conhecimento, no entendimento mais frequente, processo é qualquer atividade que toma um *input*, adiciona valor a ele e fornece um *output* a um cliente específico, como descreve Harrington (1991), citado por Gonçalves (2000). Os *inputs* podem ser materiais – equipamentos e outros bens tangíveis – mas também podem ser informações e conhecimento.

Os cinco modelos básicos de processos empresariais que abrange desde o modelo mais concreto e objetivo – baseado no fluxo de materiais - até o modelo mais abstrato - que se fundamenta na mudança de estados de um sistema – é apresentado por Gonçalves (2000). O Quadro 1 resume as principais características desses modelos.

Quadro 1 – Espectro dos principais modelos de processos

PROCESSO	EXEMPLO	CARACTERÍSTICA
Fluxo de material	Processos de fabricação industrial	- <i>inputs e outputs</i> claros - atividades discretas - fluxo observável - desenvolvimento linear - sequência de atividades
Fluxo de trabalho	Desenvolvimento de produto e contratação de pessoal	- início e final claros - atividades discretas - sequência de atividades
Série de etapas	Modernização de parque industrial da empresa, redesenho de um processo, aquisição de outra empresa	- caminhos alternativos para o resultado - nenhum fluxo perceptível - conexão entre atividades
Atividades coordenadas	Desenvolvimento gerencial, negociação salarial	- uma sequência obrigatória - nenhum fluxo perceptível
Mudança de estados	Diversificação de negócios, mudança cultural da empresa	- evolução perceptível por meio de indícios - fraca conexão entre atividades - durações apenas previstas - baixo nível de controle possível

Fonte: Gonçalves, 2000

Nem sempre os processos empresariais são formados de atividades claramente delineadas em termos de conteúdo, duração e consumo de recursos definidos, nem precisam ser consistentes ou realizados numa sequência particular. Eles podem ser realizados de diferentes maneiras com resultados diferentes em termos de contribuição (GONÇALVES, 2000).

Seguindo nesta lógica de gestão por processos, entende-se que os processos de desenvolvimento das IGs devem ser traçados para cada realidade, considerando as redes de atores locais, os recursos naturais, a infraestrutura existente, o capital social e humano, a capacidade empreendedora dos atores, as vocações e as oportunidades do território. A combinação dessas características é única e inimitável (VELLOSO, 2008) o que configurará o valor distintivo dos produtos pela indicação geográfica.

Um macroprocesso fundamental para a implementação de uma IG pode ser definido em termos econômicos, conforme descreve Brasil (2008) e engloba os seguintes aspectos: a) Constituem um meio de valorizar a localidade e o país de origem estabelecendo um vínculo entre o produto e a região de origem, tornando-se uma ferramenta coletiva de promoção de produtos e territórios; b) Permitem melhor distribuição do valor agregado ao longo da cadeia de produção, desde a matéria prima até o fabricante, inclusive com a possibilidade de geração de empregos; c)

Mantem e desenvolvem atividades em regiões desfavorecidas, valorizando as habilidades locais e fazendo a distribuição de renda e harmonização socioeconômica; d) Asseguram preços superiores em função da tipicidade das produções pela diferenciação qualitativa de maneira coletiva adotada pelos envolvidos; e) Possibilitam a rastreabilidade do produto; f) Incrementam o turismo.

Embora a literatura apresente muitas vantagens da gestão por macroprocessos e percebe-se a importância de sua aplicação na IG, sua implementação não é trivial e requer muito esforço, principalmente dos condutores do processo.

4. O Processo de institucionalização das Indicações Geográficas (IGs)

O processo de institucionalização de uma IG, como por exemplo a formalização das normas que compõe o Regulamento de Uso, é uma das formas de garantir a qualidade e consolidar a identidade da IG, bem como ser reconhecida pelo mercado fortalecendo os produtores locais e contribuindo para o desenvolvimento social e econômico da região.

Para se mapear o processo de institucionalização da IG é necessário analisar sua história identificando as etapas críticas de sucesso.

4.1 A história

A origem de IGs surgiu de forma gradativa quando produtores e consumidores passaram a perceber sabores ou qualidades tradicionais em alguns produtos de determinados locais, não 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 (CERDAN, 2009).

A primeira intervenção estatal na proteção de uma IG ocorreu em 1756, quando o Marquês de Pombal determinou atos visando à proteção do Vinho do Porto. Em seguida determinou a delimitação da área de produção, descreveu com exatidão as características do vinho e por fim registrou legalmente, por decreto, o nome Porto para vinhos, criando a primeira Denominação de Origem protegida. Como as IG se referem a produtos ou serviços que tenham uma origem geográfica específica, de certa forma, ainda hoje, esse é o processo inicial a ser seguido para dar-lhe proteção estatal. (BRASIL, 2010),

Ao longo dos anos, algumas cidades ou regiões ganharam fama por causa de seus produtos ou serviços. Quando a qualidade e tradição se encontram num espaço físico, a IG surge como fator decisivo para garantir a diferenciação do produto. Seu registro reconhece a reputação, qualidades e características que estão vinculadas ao local. Como resultado, elas comunicam ao

mundo que certa região se especializou e tem capacidade de produzir um artigo diferenciado e de excelência (INPI, 2012). Independentemente da região que solicita o registro de uma IG, tem sido notório o salto de crescimento do território, a partir da agregação de valor ao produto ou serviço associado (BRUCH, 2009).

A indicação geográfica traz benefícios nas esferas econômica, jurídica e social, uma vez que aumenta investimentos nas áreas geográficas de proveniência dos produtos/serviços propiciando desenvolvimento local, rastreabilidade do produto, mais participação de produtores no ciclo de comercialização do produto, valorização de habilidades locais, aumento da qualidade e valor agregado do produto, proteção contra crimes de uso indevido, fraudes, propagandas enganosas e usurpação de direitos (MENDONÇA; MARINS; LEITE, 2010, p. 4).

Com a abertura de mercados e circulação ampliada de mercadorias as IGs continuam sendo um tema de interesse nacional e internacional. É um processo complexo que envolve áreas interdisciplinares. Como título ilustrativo pode-se destacar no Brasil o caso “cupuaçu” que, mesmo sendo um nome de uma fruta brasileira, foi registrado por uma marca japonesa o que impediu o uso pelos brasileiros (processo já revertido). Destaca-se assim, a importância para a proteção do patrimônio intangível e a biodiversidade das regiões.

A Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, regulamenta direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Os arts. 176 a 183 regulamentam a indicação geográfica (IG), a indicação de procedência (IP) e a denominação de origem (DO). O Art. 177 desta Lei considera como “indicação de procedência 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 de prestação de determinado serviço”. No Art. 178 “considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos”.

No Brasil as organizações envolvidas neste processo estão percebendo a necessidade de agregar valor aos seus produtos e diferenciá-los, conforme demonstrado na Tabela 1 pelos números de solicitações de IG no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).

Tabela 1 – Solicitações de Indicações Geográficas INPI

Ano	1999	2000	2002	2003	2005	2006	2007	2009	2010	2011	2012
DO	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	7
IP	0	0	1	0	1	1	1	2	1	5	10
Total	1	1	1	1	1	1	1	3	2	6	17

Fonte: INPI (2012)

Desde o ano de 1999 até outubro de 2012, o INPI recebeu 35 solicitações de registros, sendo 29 solicitações brasileiras dentre as quais foram reconhecidas as regiões: Vale dos Vinhedos (RS) para vinho; Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (RS) para carne bovina; Região do Cerrado Mineiro (MG) para o café; Paraty (RJ) para a cachaça artesanal; Vale do Submédio São Francisco (BA/PE) para manga e a uva de mesa; Vale dos Sinos (RS) para couro acabado; Pinto Bandeira (RS) para vinho tinto, branco e espumante; e Região do Jalapão do Estado do Tocantins (TO) para artesanato em capim dourado e, os Vales da Uva Goethe (SC) para vinho branco e espumante foco deste estudo.

O Brasil possui 13 solicitações de Denominação de Origem (DO), sendo que 7 nacionais foram reconhecidas, Vale dos Vinhedos (RS) para vinhos, Manguezais de Alagoas (AL) para Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha, Região Pedra Cinza, Região Pedra Madeira e Região Pedra Carijó Rio de Janeiro (RJ) para Gnaiss fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral inferior a 1 centímetro e Costa Negra (CE) para camarões a do Litoral Norte Gaúcho para o arroz, além de outras seis internacionais.

No início de 2012 o “Vales de Uvas Goethe” compreendendo os municípios de Urussanga, Pedras Grandes, Cocal do Sul, Morro da Fumaça, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara teve sua Indicação de Procedência (IP) reconhecida. Foi a primeira IG catarinense, com a concessão do registro a partir de 14 de fevereiro de 2012. Dentre as características que resultaram nesse reconhecimento destaca-se a qualidade, tipicidade e identidade.

5. Os Vales da Uva Goethe: um estudo

A região da Uva Goethe é consagrada como a terra do bom vinho branco e da cultura italiana em Santa Catarina. Os “Vales da Uva Goethe” (IPVUG) trata-se de uma organização social coletiva e com expressivo compartilhamento de conhecimento tácito incorporados nos produtos e serviços cada vez mais ricos em valores intangíveis, envolvendo a tradição, cultura, processos de saber-fazer. Conforme ressalta Fensterseifer (2006), os diferentes agentes interagem estabelecendo os macroprocessos, normas e padrões de produção que visam orientar as ações coletivas. São inovações técnicas e organizacionais necessárias para os empreendedores reagirem à perda da competitividade do vinho brasileiro no mercado,

A constituição da Associação de Produtores de Uva Goethe (ProGoethe) em 2006 deu início ao primeiro processo de reconhecimento de Indicação de Procedência em Santa Catarina, a qual obteve o reconhecimento em 2012. Para a Associação, o projeto está proporcionando a organização da cadeia produtiva e a qualificação do produto da Região.

O vinho produzido pelos Vales com a uva Goethe é o vinho branco, aroma inconfundível, agradável e frutado. O início do processo de fabricação industrial do vinho Goethe foi em 1913 conquistando em 1939 premiação na Exposição Internacional de Nova York. Com este prêmio, os produtores se organizaram para a implantação da subestação de Enologia de Urussanga, inaugurada em 1942.

A decadência do setor vinícola da região do extremo sul catarinense foi evidente em 1970 com a ascensão do setor carbonífero e cerâmico. Houve um longo período de espera para seu renascimento. Quase 30 anos depois, em 1999, a Região buscou se reposicionar no mercado com a realização da 1ª Festa do Vinho Goethe em Azambuja, município de Pedras Grandes. Em 2002 realizou Seminário sobre a uva Goethe para fortalecer o processo de comunicação e buscar apoio institucional. Com estas iniciativas, Urussanga, cidade sede dos Vales da Uva Goethe, é oficialmente declarada pela Assembleia Legislativa do Estado como “Capital Catarinense do Bom Vinho”. Com o intuito de continuar agregando valor a IG, o espumante Goethe do Brasil foi lançado em 2004.

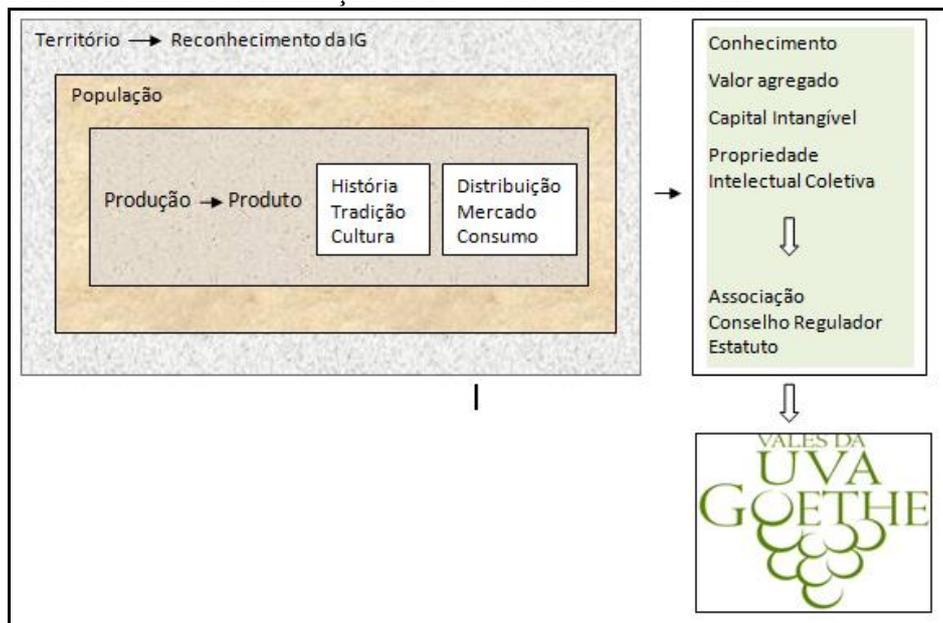
Em 2006 a Associação ProGoethe iniciou o processo de requerimento da IG em uma área delimitada em parceria com a UFSC, SEBRAE e EPAGRI com intuito de melhorar a geração de renda e o desenvolvimento local (VELLOSO, 2008; MAESTRELLI, 2011). A consolidação da IG ou IP no caso dos “Vales da Uva Goethe” requereu uma organização social coletiva. Esta gerencia por meio de instrumentos de controle como o contrato com os produtores e vinícolas observando a adesão às normas técnicas instituídas pelo Conselho Regulador e Estatuto. A ProGoethe foi responsável pelo pedido de registro da IG como também se comprometeu pela elaboração do caderno de normas ou especificações para o produto. Os produtos que receberão da Associação o selo de controle da IP “Vales da Uva Goethe” deverão respeitar o processo de produção conforme consta do Regulamento de Uso da Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe (I.P.V.U.G).

Foram protegidos os produtos vinho branco seco, branco suave ou Demi Sec, leve banco seco, leve branco suave ou Demi Sec, Espumante Brut ou Demi Sec obtidos pelos métodos “*Champenoise*”, Espumantes Brut ou Demi Sec obtidos pelos métodos “*Charmat*” e vinho licoroso. A área delimitada para a produção de vinhos Goethe com qualidade I.P.V.U.G localiza-se nos municípios de Urussanga, Pedras Grandes, Morro da Fumaça, Cocal do Sul, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara em Santa Catarina. São autorizadas exclusivamente a variedade de coloração branca, rosada leve ou vermelho pálido. Como limite de produtividade por hectare ficou estabelecido o rendimento máximo de até 20 toneladas por hectare. A Associação Goethe estruturou uma Comissão de degustação responsável pelo reconhecimento do padrão de identidade e qualidade

química e organoléptica dos produtos e, assim liberar o selo de controle e a utilização pelos produtos do rótulo principal e da cápsula “Indicação de Procedência VALES DA UVA GOETHE”.

A Associação ProGoethe responde ao Conselho regulador, pois compete a essa instância a gestão, manutenção e a preservação da IG. Todas as diretrizes da Associação ProGoethe e do Conselho foram estabelecidas em Estatuto.

Figura 2 – Processo de Institucionalização da IG “Vales da Uva Goethe”



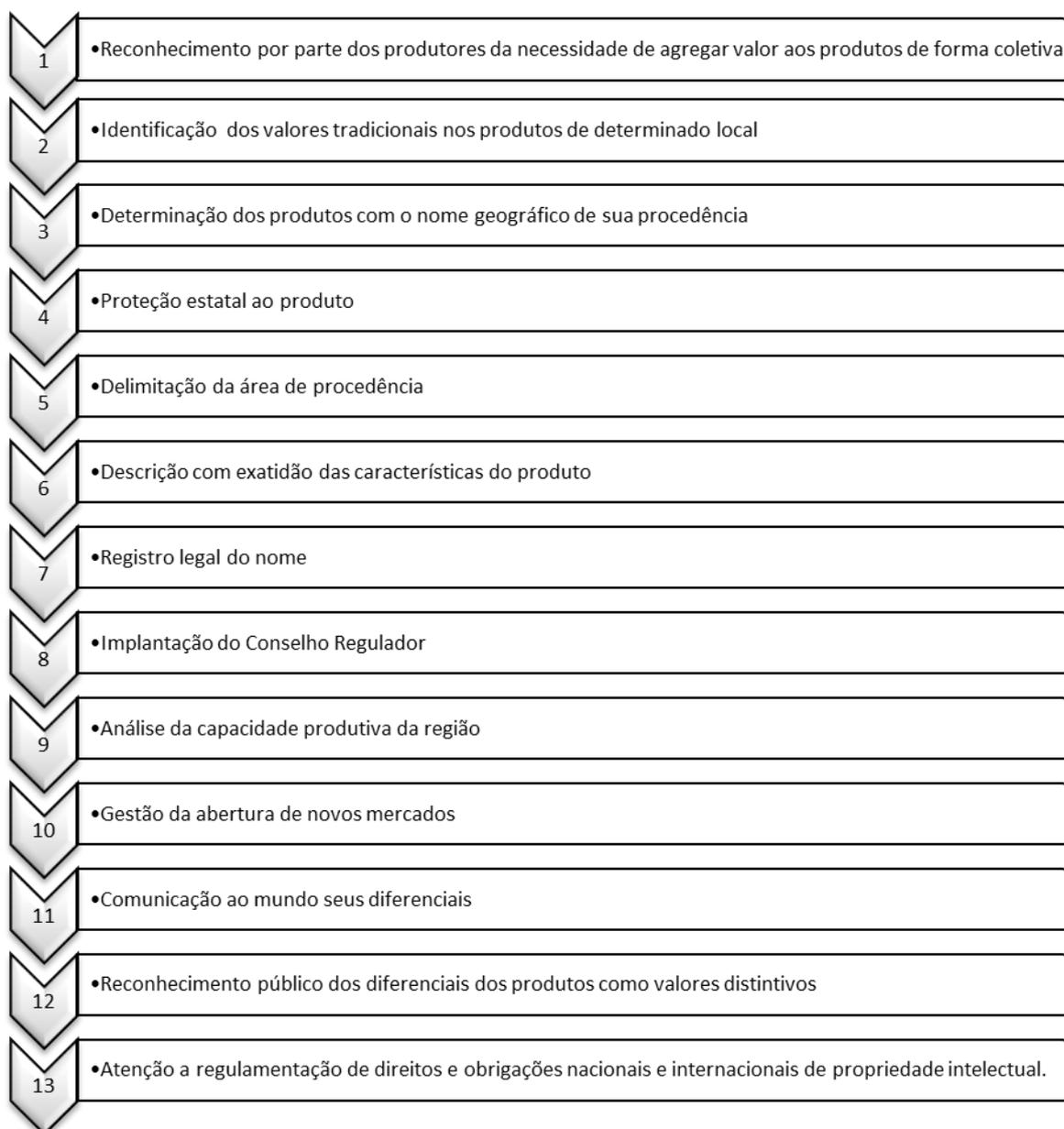
Fonte: elaboração própria das autoras

6. O processo de institucionalização

Pela história analisada e o estudo de caso dos Vales da Uva Goethe, pode-se identificar 13 (treze) etapas importantes (Figura 3) a serem respeitadas pelos pleiteantes brasileiros de IG para que alcancem o objetivo de agregar valor os produtos de maneira a promover o seu próprio desenvolvimento e de toda a região.

Com base nestas informações e na publicação sobre PI e Inovação no Agronegócio (Brasil, 2010), mapeou-se o processo de institucionalização da IG implantado no Brasil, conforme apresentado na Figura 3.

Figura 3: Processo de Institucionalização da IG no Brasil



Fonte: Elaboração própria das autoras

A primeira etapa se constitui na organização dos produtores com intuito de construir o processo de reconhecimento da IG. Esta necessita de um forte envolvimento e participação dos atores, assim como das pessoas envolvidas na sua gestão. A atuação é voluntária e coletiva, apoiada por uma associação. O termo “associação” neste contexto corresponde a qualquer organização de produtores e/ou transformadores relacionados com o produto, seja qual for sua forma jurídica ou sua composição. A associação deverá representar as diferentes categorias de agentes que participam na cadeia do produto. A associação é o principal interlocutor da autoridade encarregada das IG em escala nacional.

A segunda etapa é o levantamento histórico cultural da região. Constitui-se de informações e elementos que comprovem que a região tem notoriedade para se tornar uma IG. É

importante o levantamento de evidências concretas deste reconhecimento. Informações em reportagens de jornais, entrevistas, fotografias, livros, etc. podem demonstrar desde quando a região passou a ser conhecida pela produção do produto em estudo. Este levantamento servirá de base para a elaboração de estudos mais detalhados para a delimitação da área geográfica da IG (etapa 5). A delimitação geográfica considerará aspectos diferenciados quando para indicação de procedência ou denominação de origem. Somente os produtores instalados dentro da área delimitada da IG poderão concorrer à utilização do selo.

A terceira etapa é a caracterização do produto e garantia da sua qualidade. Deve-se definir e documentar cada etapa do processo de produção com o objetivo de garantir a tipicidade do produto. Todos os métodos de verificação e rastreabilidade, as características do produto, até a forma de apresentação ao consumidor devem ser descritos com detalhe. Este detalhamento deverá ser definido e acordado entre os produtores e comporá as regras que deverão ser seguidas pelo produtor, estabelecido dentro da área delimitada, para poder usar o selo de IG em seu produto. As regras aqui estabelecidas irão compor o Regulamento de Uso. Nesta etapa também poderá ser discutida a logomarca ou sinal gráfico a ser utilizado para caracterizar a IG.

Após a identificação do produto potencial ocorre o preparo para o processo de reconhecimento e registro da IG (Etapa 4). Destaca-se em todas estas etapas a importância da Validação. Para que os produtos sejam reconhecidos como sendo característicos devem apresentar a qualidade e as características regionais, além do conhecimento tácito compartilhado entre os atores a IG e aplicados no cultivo garantindo a qualidade do produto no território determinado.

Também, o registro de uma IG é um exercício voluntário e coletivo. Determinadas regras são fundamentais para que haja confiabilidade em relação ao produto adquirido pelo consumidor com este “selo”. Algumas regras específicas são determinadas no processo de elaboração do regulamento de uso do nome geográfico. Um dos componentes principais fundamenta-se na credibilidade que está baseada na capacidade da região em fornecer um produto com uma tipicidade e qualidade constante com as características daquela região atendendo as expectativas esperadas pelo consumidor.

A definição de normas sobre as condições para a obtenção das características particulares do produto se dá por meio de um órgão de controle. Estas normas são uma etapa chave na implementação de uma IG. Elas devem ser claramente descritas e controladas; elas são o resultado do processo de decisão entre os membros da cadeia produtiva. As etapas devem levar em consideração prioritariamente: delimitação da área de produção; variedades autorizadas; limite de produtividade por hectare; produtos e variedades elaborados; área geográfica delimitada; padrão de identidade e qualidade; normas específicas de rotulagem; conselho regulador e; estatuto.

Um etapa também importante é a criação de um Conselho Regulador (Etapa 8). Este Conselho deverá orientar e controlar a produção, elaboração e a qualidade dos produtos amparados pela IG conforme as regras definidas no passo anterior.

Considerações Finais

Com este estudo é possível concluir que a institucionalização das IGs tem grandes vantagens para a competitividade dos produtores bem como para o desenvolvimento socioeconômico regional que poderão proporcionar oportunidades de organizar a cadeia produtiva, aprofundar e compartilhar os conhecimentos, estabelecer critérios técnicos de produção, contribuir para a melhoria da qualidade dos produtos e, promover o desenvolvimento social, cultural e econômico da região. Porém, a institucionalização da IG depende da gestão de processos complexos.

No Brasil, o debate sobre IG avança, embora ainda em estágio inicial em relação as ações concretas, se comparado com a União Européia, por exemplo. O avanço irá acontecer quando os consumidores, produtores, a indústria e comércio valorizarem as IGs e que aconteça a disseminação do tema no país, por meio da atuação do Estado, dos Ministérios, Secretarias, Instituições e Associações regionais. Várias ações com este propósito estão sendo realizadas pelos envolvidos nas IGs, mas ainda tem muito a ser feito.

É necessário políticas de incentivo às IGs como a disseminação do tema junto aos consumidores, participação das universidades na formação, pesquisa e extensão, comprometimento das empresas de pesquisa e de fomento são fundamentais para que a IG se torne, efetivamente, uma ferramenta de desenvolvimento socioeconômico.

O empenho e motivação dos atores locais no processo de implementação de uma IG é outro aspecto de fundamental importância, pois a IG por si só não é um elemento de referência se os produtores não oferecerem credibilidade e qualidade de seus produtos e serviços. No Brasil ainda se faz necessário o incentivo à conscientização de que a IG exige um esforço integrado, coletivo e de longo prazo dos participantes da cadeia produtiva e do envolvimento dos agentes do capital social para à construção da IG como fonte de vantagem competitiva. Se isso não estiver claro a expectativa de resultados imediatos pode levar a frustração dos envolvidos e comprometer o fortalecimento da IG.

No caso dos Vales da Uva Goethe, alguns produtores e vitivinicultores estão exatamente neste patamar de necessidade, onde precisam entender a importância do potencial de vantagem competitiva que a IG oferece, principalmente os produtores/fornecedores, pois muitos não

participam dos Fóruns e das reuniões da Associação trabalhando de forma isolada. É necessário muito esforço da Progoethe na condução e gestão dos macroprocessos e na implantação de processos chave como o Regulamento de Uso e Estatuto e articulação de novas oportunidades de negócios. A região “Vales da Uva Goethe” ainda está aquém de explorar o seu real potencial visando aumentar a competitividade de seus produtos e serviços e, como ela e os outras IGs brasileiras.

Este estudo é importante neste caminho, pois com o processo mapeado acredita-se que a clareza em relação à descrição dos processos é essencial para a mensuração e eficiência dos resultados que incentivam e mobilizam todos os envolvidos à participação para o sucesso.

Referencias Bibliográficas

ALVARENGA-NETTO, Clovis Armando. **Proposta de modelo de mapeamento e gestão por macroprocessos**. 2004. 146p. Tese. Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Departamento de Engenharia de Produção. São Paulo, SP.

ASSOCIAÇÃO PROGOETHE. Disponível em <http://www.progoethe.com.br/> acesso em 10 dez 2012.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no agronegócio. 2ª Ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010.

_____. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9279.htm. Acesso em: 06 dez 2012.

BRUCH, K.L. et al. Indicação Geográfica de produtos agropecuários : Aspectos legais, importância histórica e atual. In: PIMENTEL, L (Org.). Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários**. 2008. Disponível em: http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Desenvolvimento_Sustentavel/Produ%C3%A7%C3%A3o%20Integrada/Guia_indicacao_geografica.pdf. Acesso em 12 dez. 2012.

CERDAN, Claire Marie et al. **Propriedade Intelectual e Inovação**. Florianópolis, 2010.

DÁVILA, G. A.; LEOCÁDIO, L.; VARVAKIS, G. Inovação e Gerenciamento de Processos: Uma análise baseada na Gestão do Conhecimento. **DataGramaZero** - Revista de Ciência da Informação, v.9, n.3, jun/08.

DE SORDI, J.O. **Gestão por processos: uma abordagem da moderna administração**. São Paulo: Saraiva, 2012.

FENSTERSEIFER, J.E. The emerging Brazilian wine industry. Challenges and prospects for the serra gaúcha wine cluster. **3rd Internacional Wine Business Research Conference**, Montpellier, 6-7-8 July, 2006.

FOLHA. Interpretações regionais da Coca-cola. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u50541.shtml> acesso em 12 dez 2012.

GONÇALVES, J. E. L. As empresas são grandes coleções de processos. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 40, n. 1, 2000.

INPI. **Instituto Nacional de Propriedade Industrial**. Disponível em http://www.inpi.gov.br/images/stories/downloads/indicacao_geografica/pdf/lista_com_indicacoes_geograficas_concedidas_11-12-2012.pdf. Acesso em 10 dez 2012

_____. Indicação Geográfica. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/images/stories/downloads/indicacao_geografica/pdf/planilha_de_IG_11-12-2012.pdf. Acesso em 10 dez 2012.

_____. Indicação Geográfica. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/portal/acessoainformacao/artigo/indicacao_geografica_1351692102723. Acesso em: 06 dez 2012

KRÜCKEN-PEREIRA, L. **O processo de valorização de produtos alimentícios através das denominações de origem e qualidade**: uma abordagem de gestão do conhecimento. 2001. 167f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, SC.

MENDONÇA, C.S.; MARINS, M.F.; LEITE, M.L.G. Obtenção da indicação geográfica de procedência “Paraty”: Uma estratégia de cooperação competitiva. In: **XXX Encontro Nacional de Engenharia da Produção**. São Carlos, SP, out/2010.

NORTH, Klaus. **Gestão do Conhecimento**: um guia prático rumo à empresa inteligente. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.

VELLOSO, C.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). 2008. 166f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, SC.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 4ª ed. São Paulo: Atlas; 2ª. ed.; São Paulo: Atlas, 2005.

Recebido: 24/01/2015

Aprovado: 03/02/2016