

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA MONTANHAS CAFEEIRAS

Avaliação do Potencial de IG para o Café das Montanhas Cafeeiras de Minas Gerais

© 2020. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATOS:

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SGAS Quadra 605, Conjunto A, Asa Sul
CEP.: 70.200-904, Brasília - DF.
Telefone: (61) 3348-7636
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Roberto Tadros

Diretor Presidente

Carlos Melles

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Gerente da Unidade de Inovação

Paulo Renato Macedo Cabral

Coordenação Nacional

Hulda Oliveira Giesbrecht

Raquel Beatriz Almeida de Minas

Entidade executora especializada em Indicação Geográfica

INOVATES CONSULT LTDA

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS.....	4
2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA.....	4
2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM	4
3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O CAFÉ DAS MONTANHAS CAFEIRAS DE MINAS GERAIS.....	5
3.1. DADOS BÁSICOS	6
3.1.1. Dados do entrevistado	Erro! Indicador não definido.
3.1.2. Dados da potencial IG	6
3.2. QUESTÕES CRÍTICAS	6
3.2.1. Avaliação do potencial de IP	7
3.2.2. Avaliação do potencial de DO	7
3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS.....	8
3.3.1. Critério Produto	8
3.3.2. Critério Territorialidade.....	9
3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva	10
3.3.4. Critério Governança	11
3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento	12
3.3.6. Critério Desempenho Econômico	13
3.3.7. Critério Necessidade de Proteção.....	13
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida	14
3.3.9. Visão de Futuro.....	15
3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA	15
4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA	16
5. REFERÊNCIAS.....	20

1. INTRODUÇÃO

Percebe-se cada vez mais uma tendência dos consumidores em valorizar a origem dos produtos e serviços que consomem. Existem muitas ferramentas de proteção e de promoção da origem, e a mais eficiente e reconhecida mundialmente é a Indicação Geográfica (IG). A IG é um nome, ou um termo, que se refere a um local geográfico particular. É usada para identificar produtos que têm qualidade e reputação únicas devido à sua origem geográfica. Os consumidores podem associar a origem à qualidade do produto, e como resultado, este pode conseguir uma maior valorização em relação aos produtos concorrentes.

As IGs pertencem exclusivamente aos produtores de um determinado território, sendo gerenciada pela organização que os representa. Essa é uma das características importantes das IGs porque, para administrar toda a estrutura necessária para reconhecê-la e monitorá-la, os produtores precisam unir esforços e trabalhar em conjunto por um objetivo comum. Na realidade, o processo de reconhecimento da IG funciona como um incentivo poderoso para todos investirem em qualidade, estratégias de marketing e comercialização.

A IG age como uma ferramenta de coordenação e estruturação de determinada região, podendo unir produtores, empresas, instituições e toda a população visando alcançar o mesmo objetivo. Como consequência, todo o comércio e turismo da região podem se beneficiar da iniciativa.

O presente documento apresenta os resultados do Diagnóstico Técnico para a Avaliação do Potencial de Indicação Geográfica do Café das Montanhas Cafeeiras de Minas Gerais, no estado de Minas Gerais, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento do Café das Montanhas Cafeeiras de Minas Gerais buscou como subsídios para análise, as bases históricas, técnico-científicas e a notoriedade desse produto na região. Realizamos a coleta de dados por meio de entrevistas aprofundadas, com base na metodologia desenvolvida pelo Sebrae e no Marco Legal de Indicações Geográficas.

2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Conforme o artigo 176 da Lei de Propriedade Industrial – LPI, Lei nº 9.279/96, constitui Indicação Geográfica a Indicação de Procedência (IP) ou a Denominação de Origem (DO).

2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA

Conforme o art. 177 da LPI, considera-se 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.

2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM

Conforme o art. 178 da LPI, 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.

3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O CAFÉ DAS MONTANHAS CAFFEEIRAS DE MINAS GERAIS

A obtenção de um reconhecimento oficial de uma Indicação Geográfica de acordo com a legislação brasileira, e a consequente proteção desta, é uma estratégia importante para a preservação e valorização dos nossos produtos típicos e diferenciados.

Contudo, antes da busca desse reconhecimento oficial, é necessária uma avaliação diagnóstica para verificar se um determinado produto/serviço tem uma real possibilidade de ser protegido por uma Indicação Geográfica.

A proteção das Indicações Geográficas brasileiras é fundamental para a preservação da cultura nacional e para gerar desenvolvimento local. A tradicionalidade de nossos produtos/serviços típicos e diferenciados, vinculados a territórios específicos, deve ser preservada, valorizada e convertida em valor para os produtores e população local.

No Brasil, a proteção às Indicações Geográficas se dá por meio do registro do nome geográfico junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que tem por atribuição, conforme Lei da Propriedade Industrial nº. 9.279/96, estabelece as condições de registro das Indicações Geográficas no país.

O Sebrae atua na orientação e fomento aos pequenos negócios para protegerem e promoverem suas regiões vinculadas a produtos/serviços por meio das Indicações Geográficas, com vistas a acessar mercados, ampliar a competitividade e gerar desenvolvimento local.

Nesse sentido, foi elaborado pelo Sebrae em 2010, uma metodologia para avaliar o potencial de uma área geográfica vinculada a um produto/serviço para reconhecimento como Indicação Geográfica. Essa metodologia foi aprimorada a partir dos aprendizados decorrentes de sua aplicação nos últimos anos, conforme apresentado neste documento.

O resultado da aplicação dessa metodologia tem como objetivo apoiar as decisões sobre a pertinência da implementação de um processo de estruturação de uma

Indicação Geográfica, tanto na modalidade de Indicação de Procedência quanto na modalidade de Denominação de Origem.

As respostas ao questionário pretendem dar um panorama da produção do produto na região em questão e, ao seu final, gerar indicadores qualitativos desta produção em vários de seus aspectos.

O questionário está dividido em 2 grupos de questões – questões CRÍTICAS e questões ESTRUTURAIS. As questões críticas são vitais para a verificação da real viabilidade do produto que é objeto do diagnóstico ser ou não uma Indicação Geográfica. As questões estruturais, por sua vez, têm como respostas um resumo das informações obtidas com as pessoas contatadas. Elas serão importantes para classificar o real potencial da implementação da Indicação Geográfica de acordo com uma série de indicadores que serão gerados.

3.1. DADOS BÁSICOS

3.1.1. Dados da potencial IG

Nome Geográfico: Ainda não definido: Montanhas Cafeeiras / Mogiana de Minas / Mogiana Mineira / Sudoeste de Minas Gerais.

Produto (incluindo produtos derivados): Café Arábica

Municípios envolvidos: não está definida ainda (a princípio 12 municípios)

Entidade coletiva: Não existe

3.2. QUESTÕES CRÍTICAS

As respostas das questões críticas (questões 1 e 2) vão indicar se existe potencial da área geográfica ser registrada como uma Indicação Geográfica.

Especificamente, a questão 1 pretende indicar se existe uma tendência da potencial Indicação Geográfica ser registrada como uma Indicação de Procedência (IP). Já a questão 2 pretende indicar se existe uma tendência da potencial Indicação Geográfica ser registrada como uma Denominação de Origem (DO).

3.2.1. Avaliação do potencial de IP

QUESTÃO 1 - Existem evidências históricas e de mercado que são capazes de comprovar que o nome geográfico analisado é reconhecido pelos consumidores como centro produtor, extrator ou fabricante de determinado produto? Quais?

Conforme relato dos participantes, os consumidores costumam associar os cafés produzidos na região como sendo da região “Sul de Minas”. Boa parte dos produtores se consideram pertencer à região das “Montanhas Cafeeiras” e também à região “Sul de Minas”, ao mesmo passo questionam que “Sul de Minas” é uma região muito extensa, envolvendo muito mais municípios do que a região em questão. Os municípios aqui envolvidos estão localizados na mesorregião Sul e Sudoeste de Minas Gerais. Os intermediários (traders, compradores, cooperativas etc) reconhecem a região como produtora de cafés de qualidade. A história do café nesta região é longínqua e intimamente ligada à Cia. Mogiana de Estradas de Ferro. A economia cafeeira permitiu que ocorresse o binômio café-ferrovia no sudoeste de Minas, seguindo o exemplo do oeste paulista. A ferrovia permitia o transporte rápido e eficiente, barateando os custos, reduzindo as perdas e admitindo uma maior lucratividade.

3.2.2. Avaliação do potencial de DO

QUESTÃO 2 - Existem evidências ou possibilidades de comprovação do vínculo das qualidades ou características do produto com o meio geográfico analisado, incluindo os fatores naturais, relacionados ao meio ambiente, e os fatores humanos, relacionados ao saber-fazer e às tecnologias utilizadas pelos produtores? Quais?

Há relatos das entidades técnico científicas e de produtores sobre as características edafoclimáticas da região que possibilitam a produção de cafés diferenciados, ainda

não existem trabalhos que possam fazer vínculo entre tipicidade dos produtos com a região produtora.

3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS

As respostas das questões estruturais (questões 3 a 35) vão gerar subsídios para o aprofundamento da análise do potencial de estruturação e reconhecimento da Indicação Geográfica, de acordo com 9 critérios:

1. Produto;
2. Territorialidade;
3. Método de produção/Cadeia produtiva;
4. Governança;
5. Identidade e senso de pertencimento;
6. Desempenho econômico;
7. Necessidade de proteção;
8. Pesquisa envolvida;
9. Visão de futuro.

3.3.1. Critério Produto

QUESTÃO 3 - Quais são as características/qualidades do produto vinculado à área geográfica indicada?

Café artesanal (predominantemente familiar) com sabor adocicado (característica principal), frutado, achocolatado, castanhas, corpo do café cremoso, finalização prolongada, acidez média.

QUESTÃO 4 - Existem derivados do produto produzidos na área geográfica indicada? Se sim, quais são?

Cafés em grãos (verde, torrado e moído), casca de café (para chás), culinária (bolachas, etc), outras bebidas (licor), cosméticos.

QUESTÃO 5 - O produto possui características/qualidades que lhe atribuem reputação de mercado (local, regional, nacional ou internacional) e diferenciação em relação a outros produtos similares disponíveis no mercado? Se sim, quais são?

Sim. Café com destaque para um aroma marcante, frutado com notas de chocolate e nozes, corpo cremoso aveludado, acidez média e muito equilibrada e finalização prolongada com uma doçura de caramelo e notas de chocolate amargo.

QUESTÃO 6 - Desde quando o produto é produzido na área geográfica?

Segundo relatos dos produtores, existem registros que datam de meados de 1870. Em pesquisas documentais comprova-se que a cafeicultura sul mineira é antiga. Com a expansão do café na mogiana paulista, durante o século XIX, foi natural que os produtores buscassem novas áreas nas proximidades. Assim, a cafeicultura chegou às regiões de Guaxupé, Poços de Caldas e a outros municípios mineiros. A partir do último quartel do século XIX, inicia-se mudanças significativas na região Sul de Minas devido à expansão cafeeira. O café teria sido o responsável pelas transformações que apresentaria o “progresso” ao Sul Mineiro com a ferrovia, imigração, urbanização, além de integrar a região de forma a levar a uma homogeneidade interna (MARTINS, 2014).

QUESTÃO 7 - O produto/processo produtivo atende às regulamentações legais (sanitária, ambiental, segurança, entre outras)?

Sim. Os produtores e processadores atendem à legislação vigente nos aspectos exigidos e boa parte dos cafeicultores possuem algumas certificações (UTZ, Certifica Minas, Rainforest).

3.3.2. Critério Territorialidade

QUESTÃO 8 - Existe uma área geográfica específica que é reconhecida pelo mercado como centro produtor do produto? Qual a abrangência e qual o tamanho aproximado dessa área geográfica?

Ainda não há um reconhecimento pelo mercado sobre esta região produtora de cafés. Os produtores citam origens como Baixa Mogiana, Região das Montanhas Cafeeiras, Sul de Minas, Sudoeste de Minas, Mogiana Mineira ou Mogiana de Minas.

QUESTÃO 9 - Quais etapas do processo produtivo (produção no campo, manufatura, fabricação/elaboração, processamento, agro-industrialização, beneficiamento, embalagem e distribuição) são executadas na área geográfica indicada? Quais dessas etapas definem a reputação, as características ou qualidades do produto da IG pelo mercado?

Produção (cultivo), beneficiamento, armazenamento. A maioria da produção de café é comercializada cru.

QUESTÃO 10 - Os produtores estão todos sediados na área geográfica indicada?

Sim. Todos os produtores estão sediados na região.

3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva

QUESTÃO 11 - Quais elos da cadeia do processo produtivo são envolvidas com o produto a ser protegido da produção primária à distribuição?

Produtor, comercialização (cooperativas, traders ou vendas diretas).

QUESTÃO 12 - Existe, por parte dos produtores ou na cadeia produtiva, uma prática comum ou um modo tradicional de produção que define a forma de fazer o produto? Está documentado ou na cabeça dos produtores?

Existe uma prática produtiva comum aplicada na região, respeitando sempre a evolução constante da qualidade de processos que surgiram com o passar dos tempos. As novas gerações são as grandes responsáveis pela evolução nos processos de cultivo e beneficiamento dos cafés.

QUESTÃO 13 - Existe um sistema de controle de qualidade da produção praticado na área geográfica? Se sim, como é realizado esse controle da qualidade? Está documentado?

A qualidade é controlada de forma individual pelos produtores da região.

QUESTÃO 14 - Como se comporta a cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada? Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva?

A relação é harmoniosa entre os elos da cadeia, respeitando-se a relação de oferta vs demanda. Em alguns casos específicos produtores acabam entregando seus produtos de qualidade como commodities por não reconhecerem a qualidade de seus produtos.

QUESTÃO 15 – As instituições públicas reconhecem e implementam políticas públicas de valorização e apoio à cadeia produtiva do produto analisado?

Sim, existem ações neste sentido realizadas principalmente pela Emater, Epamig, Ufla, Concafe, Senar, IFMG e Sebrae.

3.3.4. Critério Governança

QUESTÃO 16 - Existe uma organização (associação, cooperativa, consórcio, condomínio, sindicato, federação) na área geográfica que representa a coletividade dos produtores? Se sim, essa organização é formalizada? Possui estatuto que consolida seu papel de representação dos interessados na produção do produto na área geográfica indicada?

Não. Ainda não existe uma entidade representativa dos produtores de café da região. Existe o CCAMOG - Conselho do Café da AMOG que foi criado para organizar e tratar de demandas do setor cafeeiro na região. A AMOG é a Associação dos Municípios Microrregião Baixa Mogiana, situada em Guaxupé (MG). O CCAMOG atua junto ao Consórcio Público Para o Desenvolvimento do Café - Concafé. O Concafé reúne 48 municípios com o objetivo de integrar, desenvolver e valorizar a cafeicultura da região Sul e Sudoeste de Minas Gerais, que juntas compreendem a maior região produtora de café do mundo.

QUESTÃO 17 - Atualmente, como está a atuação dessa entidade quanto à representatividade do conjunto de produtores da área geográfica indicada?

O Concafé defende políticas cafeeiras, porém não é considerado uma instituição que representa os produtores de café da região. No mesmo sentido, o CCAMOG trabalha em prol do setor cafeeiro, mas também não representa os produtores da região.

QUESTÃO 18 - Essa entidade dispõe de saúde financeira e/ou capacidade de articulação para a busca por recursos?

Não se aplica.

QUESTÃO 19 - Existem outras organizações que concorrem com a representatividade dos produtores na área geográfica?

Relataram que existem grupos organizados de produtores de café em municípios da região que atuam de forma local, não disputando por protagonismo de representatividade para o coletivo de produtores da região.

QUESTÃO 20 - Como se dá a interação e o relacionamento entre os produtores do produto na área geográfica indicada?

A relação é boa, amistosa e respeitosa entre os produtores da região. Estão aptos a iniciar trabalhos coletivos.

3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento

QUESTÃO 21 - Quais os valores, crenças e princípios dos produtores e lideranças da área geográfica indicada orientam a produção e a relação com os consumidores e a comunidade?

Capricham na elaboração de seus produtos para que os consumidores possam perceber a história de cada produtor. Os produtores buscam aperfeiçoamento, inclusive na forma de divulgar e mostrar seus produtos aos consumidores. Buscam proporcionar aos consumidores uma experiência única, entregando mais que apenas sabor diferenciado, mas também a história da região.

QUESTÃO 22 - Há sentimento de autoestima dos produtores em pertencer à área geográfica indicada, capaz de gerar um engajamento positivo no desenvolvimento do território?

Sim. Os produtores valorizam seus produtos, produção e a região em que vivem e cultivam seus produtos.

QUESTÃO 23 – Na percepção dos produtores, a população local reconhece o produto como parte da identidade do território?

Sim, a população reconhece e valoriza a importância (socioeconômica) da atividade na região.

QUESTÃO 24 – Há o reconhecimento público ou de mercado do produto ou do saber-fazer (IPHAN, *SlowFood*, chefs, restaurantes, festivais, entre outros)?

Ainda não existem reconhecimentos públicos dos cafés da região. Existem algumas ações com chefes de cozinha.

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

QUESTÃO 25 - Qual as quantidades de produtores que estão envolvidos em cada etapa de produção na área geográfica?

Cerca de 9 mil estabelecimentos rurais voltados para a produção de café.

QUESTÃO 26 - Qual o volume de produção do produto na área geográfica indicada? Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no estado e no país?

2 milhões de sacas/ano nos 12 municípios da região.

QUESTÃO 27 - Qual o valor monetário (R\$) da produção anual do produto na área geográfica?

Tal produção movimentada cerca de 1 bilhão de reais por ano.

3.3.7. Critério Necessidade de Proteção

QUESTÃO 28 - Existem evidências de falsificações do produto no mercado com usurpação do uso do nome geográfico, da tradição e saber-fazer por produtores que estão fora da área geográfica?

Já houveram registros de cafés de outras regiões sendo comercializados citando que a origem seria de municípios desta região.

QUESTÃO 29 - Os compradores do produto da área geográfica indicada têm exigido garantia de origem como requisito de compra?

Sim, os compradores buscam a garantia de origem. Alguns compradores já buscaram, inclusive, por uma IG da região.

3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida

QUESTÃO 30 - Existem fatores naturais, tais como fatores ambientais, biológicos, do ecossistema ou eventos naturais, que influenciam nas características e qualidades do produto?

Sim. É uma região de transição entre 2 biomas (Mata Atlântica e Cerrado). Altitude, clima (microclima parecido) e solos diferenciados são fatores peculiares a esta região.

QUESTÃO 31 - Existem fatores humanos, tais como o saber-fazer dos produtores/prestadores de serviços, tradição, tecnologias, que influenciam nas características e qualidades do produto?

Sim, o saber fazer está diretamente ligado à qualidade dos produtos da região.

QUESTÃO 32 - Existem estudos técnico-científicos de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs) que podem comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico? Quais são? Se não, quais estudos seriam necessários para comprovar as características e qualidades do produto vinculadas ao meio geográfico?

Faltam estudos técnico-científicos mais aprofundados que possam comprovar os vínculos, que ainda são empíricos, e que fazem relação entre a tipicidade dos produtos e as características da região.

QUESTÃO 33 - Quais ICTs estão envolvidas ou podem ser envolvidas na realização de estudos técnico-científicos para comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico?

EMATER, EPAMIG, IFMG E UFLA.

3.3.9. Visão de Futuro

QUESTÃO 34 - Quais são as metas/expectativas do conjunto de produtores da área geográfica indicada em relação ao alcance de mercados (local, regional, nacional, internacional) para o produto?

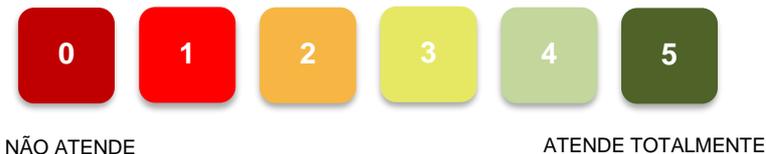
Buscam mercados de maior valor agregado, em grandes centros ou exportação. Buscam o reconhecimento dos cafés da região para conseguir atingir uma maior agregação de valor aos produtos da região.

QUESTÃO 35 - Quais são as metas/expectativas dos produtores da área geográfica indicada em relação ao desenvolvimento do território?

A evolução do cultivo de café na região é constante e vem se mantendo com o passar dos tempos. Existe uma boa expectativa em torno da produção de café para a contribuição do desenvolvimento da região.

3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA

O gráfico abaixo apresenta o resultado a respeito do atendimento aos critérios avaliados da potencial IG, considerando que a escala vai de 0 a 5, sendo que, 0 (zero) não atende ao critério e 5 (cinco) atende totalmente ao critério.



MONTANHAS CAFFEEIRAS DE MINAS GERAIS



	CRITÉRIOS	NOTA
1	Potencial IP/DO	2
2	Produto	5
3	Territorialidade	3
4	Método de Produção	4
5	Governança	3
6	Identidade / Pertencimento	4
7	Desempenho Econômico	5
8	Necessidade de Proteção	4
9	Pesquisa envolvida	2
10	Visão de Futuro	4

4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

Considerando as pesquisas e as informações relatadas acima, a área geográfica de produção de café em questão compreende, preliminarmente, os municípios do Sudoeste de Minas Gerais, que possuem as mesmas características na produção do produto analisado.

Ao analisar os dados enviados e levantados em pesquisa realizada, além das respostas e percepções constatadas durante a realização da entrevista do diagnóstico, concluimos que esta região não possui, neste momento, um viés que

sustente um processo de Indicação Geográfica pois, de acordo com conceitos e legislação vigente, tal reconhecimento necessita de provas e documentos contundentes em relação a notoriedade do território vinculado à produção de determinado produto, no caso de Indicação de Procedência, ou ainda de estudos e provas científicas que comprovem vínculo entre a região e o produto, comprovando que a tipicidade é consequência do meio que é produzido.

Em relação aos possíveis nomes geográficos apontados, ponderamos:

- "Montanhas Cafeeiras" não se configura um nome geográfico, o que impediria o registro como IG. Também seria irregistrável este nome como Marca Coletiva, pois encontra-se marcas anteriormente registradas utilizando o nominativo "Montanhas" para o produto café.
- Os próprios produtores questionam que "Sul de Minas" não seria o nome geográfico que os representa, pois é uma região muito extensa, envolvendo muito mais municípios do que a região em questão.
- Os produtores também não têm senso de pertencimento quanto ao nome geográfico "Baixa Mogiana". Entendem que o termo "baixa" vai contra ao padrão de qualidade estabelecido pelos melhores produtores dos cafés da região e não reverbera positivamente junto ao mercado de cafés especiais.

Dito isso, **não evidenciamos** que, no momento, exista um nome geográfico que tenha se tornado reconhecidamente notório pela produção de cafés ou que existam estudos técnico científicos suficientes que comprovem o vínculo com meio geográfico dessa região.

Por outro lado, fica claro o potencial desta região, bem como do grupo entrevistado no sentido de governança, organização, qualidade de produto, necessidade de proteção e organização da cadeia produtiva. Tais elementos tornam viável um processo de Marca Coletiva que poderá, em um futuro próximo, se tornar uma Indicação Geográfica de fato.

Em documentos históricos pesquisados e no relato de alguns produtores identifica-se que a origem "Sudoeste de Minas Gerais" pode representar o coletivo dos municípios envolvidos.

Evidenciamos também que os termos "Mogiana de Minas" ou "Mogiana Mineira" encontram apreço e pertencimento junto aos produtores e refletem muito bem toda a

importante história do café e seu vínculo com a Companhia Mogiana, ressaltando a possibilidade de indeferimento deste registro junto ao INPI. Neste caso, em consulta ao banco de dados do INPI (conforme anexos), encontramos alguns processos com pedido de registro com os sinais distintivos envolvendo "Mogiana de Minas" ou "Mogiana Mineira", como segue abaixo:

i) número 918612306, com pedido de registro de marca do tipo Mista "ORIGEM CAFÉ MOGIANA DE MINAS ALTO PADRÃO 100% ARÁBICA ARTESANAL CAFÉ TORRADO E MOÍDO GRÃOS PARA EXPRESSO" na situação "aguardando apresentação e exame de recurso contra o indeferimento", solicitado por AYRTON DE PAULA E SILVA, na natureza: Produtos e/ou Serviço, Classe Nice: NCL(11) 30 (Bebidas à base de café; Bebidas de café com leite; Café; etc.) com data de depósito em 06/11/2019. Vale ressaltar que o INPI em seu último despacho se posicionou pelo Indeferimento do Pedido com o seguinte complemento: *"Fica ainda consignada, a título de subsídio a eventual recurso, a identificação das seguintes anterioridades, ainda não decididas, consideradas igualmente colidentes com o presente sinal: 909209219 (CAFÉ ORIGEM). A marca reproduz ou imita Indicação Geográfica Alta Mogiana, sendo, portanto, irregistrável de acordo com o inciso IX do Art. 124 da LPI. Art. 124 - Não são registráveis como marca: IX - indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica"*.

ii) número 912818662, com pedido de registro de marca do tipo Nominativa "ALTA MOGIANA MINEIRA" na situação "aguardando exame de mérito", solicitado por VIANA E MINA CONSULTORIA LTDA ME, na natureza: Certificação, Classe Nice: NCL(11) 42 (Certificação de Café; café não torrado; café em grão; etc.) com data de depósito em 02/06/2017.

Logo, com base nesta avaliação, o registro da Marca Coletiva com o sinal distintivo "Mogiana de Minas" ou "Mogiana Mineira" precisa ser devidamente orientado tanto para o registro quanto para as possíveis oposições em face dos registros marcários solicitados ao INPI.

Assim, recomendamos que se busque o consenso do grupo e que, se for o desejo dos produtores, sejam dados os passos para a proteção de uma Marca Coletiva ou de uma futura IG.

A marca é um sinal distintivo que diferencia empresas, produtos e serviços, e é a partir dela que se começa a construir valor. As marcas coletivas são aquelas que identificam produtos ou serviços de membros de entidades coletivas, como associações, cooperativas, sindicatos, consórcios, entre outras. O registro da marca coletiva garante sua proteção em território nacional, assegurando exclusividade de uso no ramo de atividade. Além disso, indica para o mercado o pertencimento à determinada entidade representativa, agregando valor, atraindo e fidelizando consumidores. Para os produtores e prestadores de serviço que fazem parte de uma marca coletiva, há ainda mais vantagens, tais como dividir os gastos com divulgação, como propaganda e marketing; ter a entrada facilitada em novos mercados; valorização da cultura local e o estímulo para maior organização dos processos dentro das entidades.

Para a obtenção de uma Marca Coletiva recomendamos a elaboração de um plano de trabalho que envolva a governança e os demais atores envolvidos na cultura do café desta região buscando cumprir, preliminarmente, os seguintes desafios:

- a)** Como primeiro passo recomendamos a criação de um grupo gestor para orientar os passos seguintes relativos a esta Marca Coletiva (MC). Este grupo deverá buscar conhecimento sobre os conceitos sobre o tema, esclarecer os mecanismos necessários de controle, buscar parceiros que possam auxiliar em um processo de estruturação, envolver os atores que pertencem esta cadeia produtiva e fomentar o trabalho de forma otimizada e coletiva. Importante envolver a sucursal do INPI na discussão e orientação quanto às possibilidades deste registro.
- b)** Caso seja consenso do grupo quanto à uma Marca Coletiva, orientamos que se busque o imediato registro deste ativo junto ao INPI para evitar a apropriação desta marca por terceiros.
- c)** Criar e fortalecer uma estrutura de organização que congregue os produtores da região. Recomendamos que esta organização disponha de mecanismos específicos de controle que possam cumprir as necessidades de uma Marca Coletiva observando as necessidades estruturais de uma Indicação Geográfica, visto que há uma intenção clara de um futuro reconhecimento do Café desta região como Indicação Geográfica.

- d) Considerando o desejo dos produtores e instituições envolvidas de que esta Marca Coletiva pode efetivar uma IG no futuro, orientamos sobre a necessidade de realização estudos técnicos científicos mais aprofundados para uma delimitação de área geográfica conclusiva, e que esta delimitação seja assumida pela Marca Coletiva, mesmo que não seja um requisito legal exigido para esta modalidade de signo distintivo.
- e) Os padrões de qualidade que são destaque na produção de café desta região devem ser mantidos, constantemente melhorados, controlados e evidenciados pela entidade reguladora desta Marca Coletiva, para tanto, é necessário uma padronização nos controles com o intuito de unificar estes dados e disponibilizar ao mercado.
- f) Em paralelo à estruturação de uma Marca Coletiva é primordial que seja realizado, concomitantemente, um trabalho minucioso de branding buscando evidenciar a importante história dessa região e os reais diferenciais do produto com foco nos mercados que se pretende atingir em um projeto de longo prazo.

Importante ressaltar que a região (ou parte dela) possui evidências, ainda carentes de aprofundamento técnico científico, de uma potencial Denominação de Origem (DO), relacionadas às características edafoclimáticas da região que possibilitam a produção de cafés diferenciados. Recomendamos a realização de estudos técnicos científicos mais aprofundados para comprovar que determinadas qualidades ou características do café desta região são devidas exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, compreendendo os fatores naturais e os fatores humanos. Caso haja essa confirmação, os estudos técnicos científicos deverão apontar a delimitação de área da potencial DO, requisitos necessários ao pedido de reconhecimento formal como Denominação de Origem.

5. REFERÊNCIAS

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA BRASILEIRA. INPI – Instituto Nacional da Propriedade Intelectual, SEBRAE. Brasília, 2010.

BRASIL. Lei N° 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm. Acesso em: 02 abr. 2020.

INPI. Instrução Normativa N° 095/2018, de 28 de dezembro de 2018. **Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas.** <http://www.inpi.gov.br/noticias/novas-normas-para-indicacoes-geograficas-entram-em-vigor/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf>. Acesso em: 06 abr. 2020.