

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA
FEIJÃO MANTEIGUINHA DE
SANTARÉM

**Avaliação do Potencial de IG para
o Feijão Manteiguinha de
Santarém**

© 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 FEIJÃO MANTEIGUINHA DE SANTARÉM . 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	7
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	10
3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento	11
3.3.6. Critério Desempenho Econômico	12
3.3.7. Critério Necessidade de Proteção.....	13
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida	13
3.3.9. Visão de Futuro.....	14
3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA	14
4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA	15
5. REFERÊNCIAS.....	17

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 Feijão Manteiguinha de Santarém, no estado do Pará, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento do Feijão Manteiguinha de Santarém 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 FEIJÃO MANTEIGUINHA DE SANTARÉM

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: Feijão Manteiguinha de Santarém

Produto (incluindo produtos derivados): Feijão Manteiguinha

Municípios envolvidos: Principalmente nos municípios de Santarém, Monte Alegre, Alenquer e Óbidos.

Entidade coletiva: Não há. Existem diversas associações menores que representam comunidades e também agricultores que cultivam outros produtos.

CNPJ: -

Data de Fundação: -

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?

Sim, existem diversos materiais que comprovam a notoriedade para o feijão manteiguinha produzidos na região de Santarém e que utilizam o nome geográfico para se diferenciar no mercado por qualidade atrelada à origem. O Feijão Manteiguinha de Santarém é um feijão da categoria Caupi, mesmo tipo do mais conhecido Fradinho. É o feijão típico de Santarém, no Pará. Apesar de não ser originário da região amazônica, faz parte da cultura gastronômica local. O Manteiguinha de Santarém quase chegou a desaparecer do mapa, devido ao alto custo de produção. Em 2013 os órgãos locais começaram a incentivar os produtores a voltarem a plantar e o feijão voltou a fazer a festa de seus apreciadores.

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?

Ainda não existem estudos específicos que possam fazer vínculo entre meio geográfico e alguma qualidade ou característica do produto. O Feijão Manteiguinha de Santarém é produzido exclusivamente na região do Baixo Amazonas, oeste do Pará. É um feijão que produz pouco caldo e assim é utilizado principalmente como salada, acompanhando frutos do mar. É plantado tanto em várzeas como em terra firme.

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?

As características são específicas da variedade “manteiguinha”. Um feijão de grãos bem miúdos, de coloração creme claro e com um sabor adocicado.

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

No primeiro elo da cadeia é apenas o feijão manteiguinha de Santarém.

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?

Existem características peculiares da variedade “manteiguinha” e não necessariamente ao meio geográfico que é produzido.

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

Há mais de 1 século.

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

Sim. A produção do Feijão Manteiguinha de Santarém atende às regulamentações legais.

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?

Principalmente nos municípios de Santarém, Monte Alegre, Alenquer e Óbidos, no estado do Pará.

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?

Plantio, beneficiamento e comercialização (transporte).

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

Sim. Todos os produtores estão localizados nesta área geográfica.

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?

Agricultor (plantio), beneficiador e comercialização (transporte). Existem gargalos na cadeia produtiva que necessitam ser trabalhados.

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?

O plantio é realizado em áreas de várzea e em áreas secas. As técnicas de cultivo seguem as tecnologias disseminadas pelos melhores produtores e pelos órgãos de pesquisa e assistência técnica.

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?

É necessário um trabalho de Boas Práticas Agrícolas na região para, inclusive, gerar controles que sirvam para comprovar e garantir a qualidade e origem do produto.

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?

Preparo da área e plantio, cultivo, beneficiamento (venda a granel), transporte, embalagem e comercialização.

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

A assistência técnica aos produtores foi apontada como a principal política pública.

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 existe uma instituição que represente os produtores de Santarém e região.

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

Não se aplica.

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?

Existem diversas associações menores que representam comunidades e também agricultores que cultivam outros produtos.

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

Este é um desafio que se deve cumprir para definir e estruturar uma governança que represente a coletividade. Afirmam que há uma certa dificuldade para organizar um coletivo maior de produtores.

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?

Não foi respondido pois não havia representatividade dos produtores na reunião do diagnóstico.

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

Não foi respondido pois não havia representatividade dos produtores na reunião do diagnóstico.

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

Não foi respondido pois não havia representatividade dos produtores na reunião do diagnóstico.

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

Chefs de cozinha e restaurantes famosos buscam por feijão manteiguinha de Santarém, inclusive levando a fama para outros países.

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

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

As instituições participantes do diagnóstico não souberam responder e se comprometeram a encaminhar as informações.

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?

As instituições participantes do diagnóstico não souberam responder e se comprometeram a encaminhar as informações.

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

As instituições participantes do diagnóstico não souberam responder e se comprometeram a encaminhar as informações. Informaram que se comercializa a R\$15,00 por kg no mercado final.

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?

A princípio não se tem casos de usurpação.

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

Sim, inclusive chefs de cozinha buscam por “feijão manteiguinha de Santarém”. Existe bastante fama e notoriedade principalmente em Belém.

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?

Não há evidências.

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?

Seguem as práticas disseminadas pelos próprios produtores e entidades de pesquisa e assistência técnica.

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?

Não há, conforme informado pelos participantes.

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?

UFOPA - Instituto de biodiversidade e florestas (Curso de Agronomia), Emater, Centro tecnológico - UFPA

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?

Não foi respondido pois não havia representatividade dos produtores na reunião do diagnóstico.

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

Não foi respondido pois não havia representatividade dos produtores na reunião do diagnóstico.

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) atente totalmente ao critério.



FEIJÃO MANTEIGUINHA DE SANTARÉM



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

4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

Ao analisar as respostas deste diagnóstico bem como dos materiais que tivemos acesso podemos concluir que, apesar de existir evidências históricas e de notoriedade, outras situações relatadas ou percebidas durante o diagnóstico não permitem apontar, **neste momento**, o potencial para reconhecimento do nome geográfico Santarém para o Feijão Manteiguinha como Indicação Geográfica. Ao analisar os dados enviados e levantados em pesquisa realizada, além das respostas e percepções constatadas durante a realização da entrevista do diagnóstico, percebemos que um trabalho coordenado pode convergir para a viabilidade do

reconhecimento de Indicação Geográfica, para o Feijão Manteiguinha de Santarém, no estado do Pará, porém é necessário observar alguns outros fatores que precisam ser avaliados para tomar a decisão mais assertiva em relação à continuidade deste processo, sendo viável a realização de um novo diagnóstico assim que se tenha resultados com as ações sugeridas abaixo.

Para que esta Indicação Geográfica seja depositada no INPI, torna-se necessário ultrapassar alguns desafios, dentre os quais listamos abaixo:

- a)** Como primeiro passo recomendamos a criação de um grupo gestor para orientar os passos seguintes relativos a esta IG. Este grupo deverá buscar conhecimento sobre conceitos de Indicações Geográficas, buscar parceiros que possam auxiliar em um processo de estruturação, envolver os atores que pertencem a esta cadeia produtiva e fomentar o trabalho de forma otimizada e coletiva.
- b)** Há de se ressaltar a necessidade de envolver elos estratégicos da cadeia produtiva no caso de uma futura estruturação de uma IG, como intermediários compradores e processadores. Considerando que boa parte dos produtores são dependentes de intermediários, o seu envolvimento e parceria numa futura IG é fundamental.
- c)** Existe a necessidade de trabalhos de associativismo, cooperativismo e de desenvolvimento territorial para que a maioria dos produtores da região percebam a importância da coletividade para a evolução da sua atividade.
- d)** Superados os desafios de envolvimento de outros elos da cadeia produtiva, será necessário criar e fortalecer uma governança com estrutura de organização que congregue os produtores da região. Esta organização será o substituto processual para o requerimento do reconhecimento formal de indicação geográfica junto ao INPI e apoiará a estrutura de governança da IG a ser consolidada.

As análises exploradas (Requisitos legais e questionário SEBRAE) para a avaliação do potencial da região não podem afirmar, nesse momento, que esta região está preparada para um processo de estruturação de uma Indicação Geográfica, portanto recomendamos que sejam trabalhados os apontamentos sugeridos e, tão logo tenham êxito, retomam-se os trabalhos em torno desta possível Indicação Geográfica.

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.