

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA  
CERVEJAS ESPECIAIS DO  
PARANÁ

**Avaliação do Potencial de IG para  
as Cervejas Especiais do Paraná**

© 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

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS.....</b>	<b>4</b>
2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA.....	4
2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM .....	4
<b>3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA AS CERVEJAS ESPECIAIS DO PARANÁ.....</b>	<b>5</b>
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
<b>4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA .....</b>	<b>16</b>
4.1. CONFLITO DE SINAIS DISTINTIVOS – MARCAS .....	18
<b>5. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>19</b>

## 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 das Cervejas Especiais do Paraná, no estado do Paraná, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da IG das Cervejas Especiais do Paraná 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 AS CERVEJAS ESPECIAIS DO PARANÁ**

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: Cervejas especiais do Paraná

Produto (incluindo produtos derivados): Cervejas especiais

Municípios envolvidos: Curitiba, região metropolitana e demais regiões do Paraná

Entidade coletiva: PROCERVA - Associação Paranaense das Micro Cervejarias  
CNPJ: 17.494.317/0001-24

Data de Fundação: 12/12/2012

Abracerva - (Selo da cervejarias independentes)

### 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. As cervejas artesanais paranaense se tornaram conhecidas, por serem pioneiras no movimento da cerveja artesanal brasileira se destacando por serem inovadores em várias ingredientes, teores alcoólicos elevados e trazendo estilos diferenciados. Também existem dados históricos da produção de cerveja no Paraná. Realizam o Festival da Cultura Cervejeira Artesanal – FCCA desde 2014.*

*A PROCERVA promove encontros, concursos de maneira a difundir a cultura cervejeira / desde 2010 cervejarias paranaenses conquistaram vários prêmios no FBC (Festival Brasileiro da Cerveja) em SC <https://www.nsctotal.com.br/noticias/confira-os-vencedores-do-concurso-brasileiro-de-cervejas-de-2020/>*

*- até 2019 o Paraná está em 4º lugar no número de registros de produtos no MAPA.  
- Curitiba, registra (até 2019) 812 rótulos, ficando em segundo em números de registros no Brasil*

### 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?

*Não há. As características estão relacionadas ao saber fazer de cada produtor, sendo que há particularidades nos processos que são "segredos" industriais de cada empresa.*

### 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?

*Não há. As características estão relacionadas ao saber fazer de cada produtor, sendo que há particularidades nos processos que são "segredos" industriais de cada empresa.*

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

*Não. São as cervejas artesanais e especiais nos seus diversos tipos. Entre os estilos mais produzidos no estado, hoje, estão a IPA, Pilsen, Weizen, APA e Witibier.*

**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?

*Além do pioneirismo do Paraná em relação à produção das cervejas artesanais, os melhores produtores se destacando por serem inovadores em várias ingredientes, teores alcoólicos elevados e estilos diferenciados.*

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

*O movimento de produção de cervejas artesanais no Paraná iniciou-se a cerca de uma década.*

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

*Sim. As cervejarias precisam atender a todas as 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?

*A área de atuação da Associação das Microcervejarias do Paraná (Procerva) é todo o estado do Paraná*

**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?

*Maltaria paranense (produção de cevada), seleção de malte, preparação do malte (moagem), brassagem (adição de lúpulos, ingredientes especiais (frutas paranaenses, ex: goiaba, framboesa, pinhão), maturação (adição de ingredientes quando necessários) envase (barris, garrafas, latas, growlers). Obs: fabricação de barris descartáveis e growlers no Paraná e distribuição consumidor final.*

*O que define a reputação é a produção em si da cerveja artesanal produzida em microcervejarias.*

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

*Sim, todos no estado do Paraná.*

### **3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva**

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

*Maltaria paranense (produção de cevada), seleção de malte, preparação do malte (moagem), brassagem (adição de lúpulos, ingredientes especiais (frutas paranaenses, ex: goiaba, framboesa, pinhão) maturação (adição de ingredientes quando necessários) envase (barris, garrafas, latas, growlers). Obs: fabricação de barris descartáveis e growlers no Paraná e distribuição consumidor final. Todo o processo se dá com índice de automação reduzido, e o não uso de aditivos e conservantes artificiais.*

**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?

*A produção da cerveja artesanal pelas microcervejarias segue os regulamentos e práticas que são adotadas nacional e internacionalmente, com o destaque ao toque especial que cada cervejaria tem na sua receita de fabricação.*

**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?

*Cada produtor realiza controles individuais através de fichas técnicas, resguardando suas receitas.*

**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?

*As cervejarias vendem direto ao consumidor final ou a bares e restaurantes. Consideram uma relação harmoniosa, guardadas as regras de qualquer mercado.*

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

*Destacam principalmente o Sebrae que desde 2017 os apoiam com projetos de auxílio às cervejarias. Apoio do governo estadual e municipal a criação de novos negócios no ramo cervejeiro bem como difusão da Cultura Cervejeira Artesanal. Apoio da integral da PROCERVA (Associação da Cervejarias do Paraná) e associações regionais.*

#### **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?

*Sim. A PROCERVA - Associação Paranaense das Microcervejarias pode representar o estado do Paraná como um todo. Está regular e legalizada.*

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

*Representa a grande maioria das cervejarias e tem atuação em âmbito estadual. Apóia e tem parceria com associações do setor a nível local.*

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

*Existe caixa para atender as despesas fixas, porém tem potencial de articulação com associados e parceiros.*

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

*Não. Apesar de existirem para o setor diversas associações locais, a PROCERVA é única com a amplitude estadual.*

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

*O relacionamento entre produtores é relativamente amistoso dentre os que estão formalmente legalizados.*

### **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?

*As microcervejarias do Paraná já concentram a maior parte da produção da chamada cerveja artesanal. Seus valores estão voltados para a cerveja artesanal produzida em pequena escala com insumos de alta qualidade.*

**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. O setor está em crescimento no estado assim como no resto do País e isso tem motivado os produtores para investir no negócio.*

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

*Na percepção dos produtores esse reconhecimento ainda tem muito a crescer, junto com o amadurecimento do mercado que deve aumentar o consumo nos próximos anos e a percepção de valor da população.*

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

*Os melhores bares e restaurantes adotam as cervejas artesanais para a oferta ao consumidor.*

### **3.3.6. Critério Desempenho Econômico**

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

*Estimam cerca de 100 microcervejarias no estado do Paraná. O Paraná representa o quinto lugar no número de cervejarias no Brasil.*

**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?

*Estimado 650.000 litros/mês de cervejas artesanais, representando mais 500 empregos diretos e mais 1500 indiretos.*

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

*Não há esse estudo, em função dos diversos preços praticados, vinculados ao tipo de cerveja fabricado ou pela forma de venda.*

### **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?

*Os produtores veem a necessidade de proteção em razão de existirem no território do Paraná produtores clandestinos que colocam no mercado produtos com qualidade duvidosa e muitos sem a devida regularização do processo produtivo.*

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

*Ainda não. É um mercado em desenvolvimento que está se testando muito. Relatam que o consumidor de cerveja busca bastante variedade, inovação. Ele, geralmente, não é fiel a uma marca porque está ainda aprendendo a beber a cerveja artesanal.*

### **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. A cerveja artesanal é diferenciada pela qualidade dos insumos, podendo ser produzida por empresas de diversos portes.*

**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?

*Não. O que existe são as receitas de cada cervejaria que se diferem, dando autenticidade e diferenciação a cada rótulo.*

**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.*

**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?

*Não se aplica.*

**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?

*Percebem que o amadurecimento do mercado deve aumentar o consumo nos próximos anos. As cervejarias devem trabalhar ativamente para “educar” o público a respeito de ampliar o consumo, promovendo eventos, como o Festival da Cultura Cervejeira Artesanal e Procervafest.*

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

*Oportunizar aos empreendedores do ramo de cervejas artesanais uma maior fatia de mercado para estimular ainda mais a produção de cervejas com alto padrão de qualidade e apresentar ao consumidor os valores que os melhores produtores estão praticando.*

**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.





# CERVEJAS ESPECIAIS DO PARANÁ



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

## 4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

Ao analisar os dados enviados e levantados em pesquisa realizada, além das respostas e percepções constatadas durante a realização da entrevista do diagnóstico concluímos 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.

Dito isso, **não evidenciamos** que o nome geográfico sugerido Paraná tenha se tornado reconhecidamente notório pela produção de Cervejas Artesanais ou que existam evidências que comprovem o vínculo com meio geográfico.

Por outro lado, fica claro o potencial do trabalho realizado em torno das Cervejas Artesanais bem como do grupo entrevistado no sentido de governança, organização, qualidade de produto e organização da cadeia produtiva. Tais elementos tornam viável um processo de Marca Coletiva.

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 cadeia produtiva das Cervejas Artesanais, que poderá envolver desde as cervejarias até os bares e restaurantes que oferecem a cerveja artesanal do Paraná, 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.
- b) Fortalecer a PROCERVA para que esta organização disponha de mecanismos específicos de controle que possam cumprir as necessidades de

uma Marca Coletiva observando as necessidades estruturais que possam realizar trabalhos de representatividade.

- c)** Os padrões de qualidade que são destaque na produção de Cervejas Artesanais desta região devem ser mantidos, constantemente melhorados, controlados e evidenciados pela entidade reguladora desta Marca Coletiva, para tanto, é necessário um aperfeiçoamento nos controles internos e de rastreabilidade com o intuito de unificar estes dados e disponibilizar ao mercado.
- d)** Ressaltamos que esta Marca Coletiva, que será de domínio da Procerva, poderá identificar tanto as cervejarias que produzem as cervejas com o padrão que for estabelecido, quanto aos bares e restaurantes que oferecem a cerveja artesanal do Paraná autorizada pela MC.
- e)** Em paralelo à estruturação de uma Marca Coletiva é primordial que seja realizado, concomitantemente, um trabalho minucioso de branding buscando evidenciar os reais diferenciais e com foco nos mercados que se pretende atingir em um projeto de longo prazo.
- f)** Orientamos um plano de trabalho no sentido de melhoramento contínuo de produto e produção bem como na qualificação da cadeia produtiva e novos mercados, buscando a agregação de valor por meio da elaboração e criação de novos produtos a partir do produto analisado.

#### 4.1. CONFLITO DE SINAIS DISTINTIVOS – MARCAS

Nesta avaliação para a Cervejas Artesanais do Paraná, analisamos a possibilidade de conflito com outros sinais distintivos, especialmente marcas registradas, atentando aos direitos anteriormente adquiridos por terceiros.

Em consulta ao banco de dados do INPI, observando o princípio da anterioridade, não encontramos nenhum registro de marca com o sinal distintivo “Cervejas do Paraná”, e nenhum processo registrado ou em andamento com o sinal distintivo “Cervejas Artesanais do Paraná” (conforme anexo).

Logo, com base nesta avaliação, orientamos o registro da Marca Coletiva com o sinal distintivo “Cervejas Artesanais do Paraná” pois não encontra obstáculos em face dos registros marcários já existentes.

## 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](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.

# ANEXOS