

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA TOMATES DE CANTUQUIRIGUAÇU

Avaliação do Potencial de IG para os Tomates de Cantuquiriguaçu

© 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 OS TOMATES DE CANTUQUIRIGUAÇU	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.....	7
3.3.1. Critério Produto	8
3.3.2. Critério Territorialidade	9
3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva	9
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.....	18

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 dos Tomates de Cantuquiriguaçu, no estado do Paraná, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento dos Tomates de Cantuquiriguaçu 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 OS TOMATES DE CANTUQUIRIGUAÇU

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: *Tomates de Cantuquiriguaçu*

Produto (incluindo produtos derivados): *Tomates*

Municípios envolvidos: *Território de Cantuquiriguaçu: Reserva do Iguaçu, Pinhão, Goioxim, Guaraniaçu, Nova Laranjeira, Laranjeiras do Sul, Quedas do Iguaçu e Espigão Alto*

Entidade coletiva: *Existe a AVIPPE (Associação de Desenvolvimento Regional de Produção Orgânica de Cantuquiriguaçu, com sede em Quedas do Iguaçu) que atua em todo o território.*

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?

Em relação a produção de tomates orgânicos existem evidências na web, fotos, jornais, depoimentos de pessoas, programas desenvolvidos, certificação como tecnologia social, porém não existe um vínculo com o meio (Cantuquiriguaçu).

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?

Existem estudos em relação a outros produtos, mas não necessariamente podem servir para comprovar vínculo entre o produto (tomate) com o meio.

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?

O tomate orgânico é produzido com uma tecnologia social aplicada na produção, certificado pela KIWA, Tecpar e Rede Ecovida.

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

Sim, existem algumas ações para produção de derivados como molhos de tomate, por exemplo.

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?

A produção é orgânica e pode ser produzida em qualquer território.

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

A produção orgânica iniciou em 2012 nesta região.

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

Sim, o processo é inclusive certificado como orgânico onde são exigidas todas as regulamentações necessárias para a atividade.

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?

Existe a produção dentro (mas não de forma restrita) do Território de Cantuquiriguaçu: Reserva do Iguaçu, Pinhão, Goioxim, Guaraniaçu, Nova laranjeira, Laranjeiras do Sul, Quedas do Iguaçu e Espigão Alto.

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?

São construídas estufas sob tecnologias sociais desenvolvida para projeto, certificada como orgânica, distribuídas para o mercado e consumidor.

O que o mercado reconhece de fato é a certificação orgânica dos produtos.

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

Sim, estão localizados no território de Cantuquiriguaçu. Existem outros grupos fora dessa região que produzem produtos similares.

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?

Produtor, associação/cooperativa, venda direta para consumidor ou venda para empresa compradora (distribuidora).

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?

Sim, a tecnologia social certificada pela fundação Banco do Brasil.

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?

Sim, existe um sistema de controle interno na AVIPPE onde se controla o grupo de produtores que são fiscalizados por auditores de certificadoras.

Os produtores mantêm cadernos de campo (planilhas) que são preenchidas e auditadas também de forma interna.

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?

O mercado tem sido qualificado para que os produtores possam vender direto para os mercados distribuidores com transparência nas informações dos elos da cadeia. Atualmente se pratica um comércio justo entre os elos da cadeia.

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

Os atores políticos locais em alguns municípios como Pinhão e Reserva do Iguaçu atualmente tem programas para incentivo a produção orgânica e ainda consideram o tomate como carro chefe.

Existem apoios de instituições como Sebrae, prefeituras e Emater (IDR).

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?

Existe a AVIPPE que atua na região e está formalmente legalizada.

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

A associação representa os produtores na região e atua para auxílio nas ações relacionadas a atividade na região.

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

A entidade necessita de apoio para levantar caixa, porém se mostram articulados para tanto.

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

Não existem outras entidades que congreguem produtores orgânicos e que possam disputar por protagonismo.

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

Os produtores interagem de forma amistosa, mantendo o respeito mútuo, sem grandes problemas.

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?

Os produtores se preocupam com a qualidade da produção, inclusive se propondo a produzir de forma orgânica e sustentável para oferecer um bom produto ao mercado.

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 têm orgulho e dependem diretamente da renda oriunda dessa atividade.

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

Este produto representa a sobrevivência familiar de 100 famílias e foi responsável pela inserção no mercado de várias famílias e desenvolvimento e sustentação de projetos e políticas públicas.

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

Existe a valorização de mercado e principalmente a preocupação com a certificação orgânica como diferenciação.

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

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

Na AVIPPE são 42 produtores sendo que a região conta com cerca de 100 produtores no total.

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?

Produção total de cerca de 150 toneladas de tomate por ano.

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

O faturamento bruto gira em torno de R\$630.000 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?

Existem casos de falsificações de produtos orgânicos, mas não de usurpação do nome geográfico.

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

O mercado comprador busca por produtos orgânicos, mas não necessariamente produtos desta 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?

Não se aplica visto que a técnica utilizada pode ser utilizada

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, existe uma técnica de produção orgânica específica 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?

Não se aplica.

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?

Existem ICTs na região que poderiam ser parceiros para realizar estudos futuros.

UFFS, ITFPR, Unioeste, UTFPR, IAPAR, dentre outros.

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?

Existe a necessidade de aumento de produção para que a atividade tenha seu mínimo viável de produção e faturamento anual (por família). A partir deste momento se torna viável a busca por mercados maiores e mais qualificados.

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

Existe a busca por modelos que são aplicados em outros territórios que possa auxiliar no desenvolvimento da atividade em si como também do território, focando no desenvolvimento do produtor e da atividade.

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.



NÃO ATENTE

ATENTE TOTALMENTE

TOMATES DE CANTUQUIRIGUAÇU



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

4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

Considerando as pesquisas e as informações relatadas acima, a área geográfica de produção do Tomate orgânico de Cantuquiriguaçu compreende, preliminarmente, o território de Cantuquiriguaçu, que possuem características similares na produção de tomates orgânicos.

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 a influência da região com a qualidade do produto, comprovando que a tipicidade é consequência do meio que é produzido.

Dito isso, não evidenciamos que o nome geográfico sugerido, Cantuquiriguaçu tenha se tornado reconhecidamente notório pela produção de tomates ou que existam evidências que comprovem e façam vínculo com meio geográfico, mesmo porque a técnica utilizada para a produção desses tomates já é replicada em outras regiões.

Por outro lado, fica claro o potencial do trabalho realizado pelos produtores da região contando, principalmente com a certificação de seus produtores como orgânico além da busca por uma cadeia sustentável de produção e comercialização, buscando oferecer ao consumidor um produto de alta qualidade a um preço justo.

Os produtores de tomate, via de regra, aproveitam as certificações e produzem outros produtos de forma orgânica, o que faz com que tenham diversificação de produtos e ainda possibilidade de clientes e mercados diferenciados.

Outro detalhe importante é que as técnicas aplicadas nesta região são também disseminadas e utilizadas em outras regiões, possibilitando que sejam padronizadas e até auditadas (caso se faça necessário) mas sem restrição específica de uma região produtiva.

Tais elementos, associados a um bom plano de trabalho que contemplem principalmente governança e cadeia produtiva, 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.

Em consulta ao banco de dados do INPI, observando o princípio da anterioridade, não encontramos processos registrados com o sinal distintivo “Tomates de Cantuquiriguaçu” ou mesmo processos registrados com o sinal distintivo “Cantuquiriguaçu” (conforme anexo).

Para a obtenção de uma Marca Coletiva recomendamos a elaboração de um plano de trabalho que envolva, principalmente, ações em torno de governança e cadeia produtiva com todos os atores envolvidos na produção de tomate e outros produtos, 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 AVIPPE 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 tomates 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, podendo inclusive, agregar novos produtos e produtores ao projeto.

- d) 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 através da elaboração e criação de novos produtos a partir do produto analisado e ainda de novos possíveis produtos que podem ser trabalhados pelos mesmos produtores com os mesmos apelos.
- 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) É interessante que os próximos passos sigam uma visão de longo prazo no sentido de se criar e aplicar métodos de melhoramento contínuo, controle e adaptação à legislação buscando novos mercados de valorização que certamente exigirão tais diferenciais como boas práticas agrícolas, por exemplo.

5. REFERÊNCIAS

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

BRASIL. Lei Nº 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.

ANEXOS