

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA LINGERIE DE FRIBURGO

Avaliação do Potencial de IG para a Lingerie de Friburgo

© 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 A LINGERIE DE FRIBURGO	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	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	15
4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA	16
4.1. CONFLITO DE SINAIS DISTINTIVOS – MARCAS.....	Erro! Indicador não definido.
4.2. DESAFIOS PARA A IG DE FRIBURGO PARA A LINGERIE	17
5. REFERÊNCIAS.....	19

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 da Lingerie de Friburgo, no estado do Rio de Janeiro, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da Lingerie de Friburgo 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 A LINGERIE DE FRIBURGO

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: Lingerie de Friburgo

Produto (incluindo produtos derivados): Moda íntima (lingerie)

Municípios envolvidos: Nova Friburgo, Cachoeiras de Macacu, Bom Jardim, Duas Barras, Carmo, Sumidouro, Cordeiro, Macuco, Cantagalo, Santa Maria Madalena, Trajano de Moraes e São Sebastião do Alto

Entidade coletiva: Sindvest - Sindicato das Indústrias do Vestuário de Nova Friburgo

CNPJ: 30.584.726/0001-80

Data de Fundação: 13/12/1979

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?

Existem muitas evidências da produção de lingerie na região de Friburgo, sendo reconhecido como polo de produção e comercialização de lingerie a mais de 40 anos. Existe um APL de Lingerie na região.

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 se aplica.

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?

A lingerie de Friburgo é conhecida pela qualidade, por utilizar bons materiais para a confecção além de ter uma certa evidência vinculada ao design podendo ser considerados 3 atributos principais, qualidade, vestibilidade (modelagem, design) e custo benefício (baixos preços, preços justos).

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

Conjuntos, calcinha, linha noite, moda praia, fitness (universo íntimo).

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 lingerie de Friburgo é diferenciada por 3 atributos principais, qualidade, vestibilidade (modelagem, design) e custo benefício (baixos preços, preços justos).

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

Com ênfase em meados de 1980 tendo algumas fábricas que se instalaram na região muito antes, em 1925.

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

Sim.

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?

Polo de Friburgo - Nova Friburgo, Cachoeiras de Macacu, Bom Jardim, Duas Barras, Carmo, Sumidouro, Cordeiro, Macuco, Cantagalo, Santa Maria Madalena, Trajano de Moraes e São Sebastião do 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?

A matéria prima é produzida dentro e fora (80%) da região, é manufaturado na região (respeitando as tendências de mercado), comercialização na região para distribuidores e consumidores finais. A reputação está vinculada exatamente à produção (confeccção).

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

Sim.

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?

A reputação está vinculada exatamente à produção (confeção) de lingerie.

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 um certo saber fazer que é típico da região, sendo esta atividade bastante complexa em relação a setores similares. O histórico da região é de empresas familiares que prezam pela qualidade, conforto e outros fatores que proporcionam um produto de qualidade ao mercado.

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?

Não existem sistemas de controle sendo que cada empresa controla sua qualidade de forma individual.

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?

Algumas empresas fornecem desde consumidores finais (com marcas próprias) até grandes redes sendo que a grande maioria da produção é fornecida para lojistas. Existe uma relação próxima entre os empreendedores da região com seus clientes.

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

Não existe muito apoio do poder público.

Instituições como Firjan e Sebrae tem um papel importante para ações pontuais do setor.

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 um sindicato (Sindvest) que está presente e legalizado.

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

O Sindvest representa as empresas da região enquanto órgão coletivo.

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

Utilizam parcerias para captação de recursos. Possuem boa articulação com parceiros.

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

Não existe outra entidade representativa.

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

Os produtores têm bom relacionamento, se ajudam e colaboram para a evolução da atividade na região.

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?

Existe uma preocupação clara com a qualidade dos produtos, sendo essa uma condição. Focam no bem-estar, em uma boa experiência para os clientes e consumidores dos produtos. Prezam por pontualidade, histórico de empresas familiares, excelência no atendimento, sustentabilidade na cadeia produtiva entre fornecedores, produtores e clientes. Mantém atenção para as necessidades do mercado (moda), adequação rápida às necessidades de mercado, além de se preocuparem com responsabilidade social 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, sentem orgulho da atividade e da região que estão.

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

Toda a comunidade sente orgulho, consome e divulga a região.

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

Existe o reconhecimento público de Capital Nacional da Moda Íntima.

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

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

O Polo da Moda da Região de Nova Friburgo, representa, para a economia brasileira, uma maneira, bem-sucedida, de Arranjo Produtivo Local, em sua organização e planejamento estratégico, podendo se tornar um paradigma do desenvolvimento industrial da pequena e média empresa no Brasil. Em segundo lugar, em termos econômicos, representa uma parcela importante da produção de lingerie, moda praia e Fitness, pulverizada em centenas de marcas. A produção de lingerie do Polo, gira em torno das linhas: dia, noite, sensual e moda praia.

Atualmente, 1.324 estabelecimentos. Além de vender para varejistas e lojas de departamento, o polo de moda íntima também trabalha com exportação.

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?

No segmento de moda, o Polo é responsável por mais de 25% da produção do mercado brasileiro (aproximadamente 114 milhões de peças por ano), gerando 20 mil postos de trabalho, sendo 10 mil diretos e 10 mil indiretos.

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

Não conseguiram mensurar.

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?

Existe a percepção que o nome geográfico é usurpado, sendo utilizado indevidamente para as lingeries por outras regiões.

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

Sim, os clientes buscam por produtos que sejam produzidos no polo de Friburgo.

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 pois não se trata de caso de DO.

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 se aplica pois não se trata de caso de DO.

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 pois não se trata de caso de DO.

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 pois não se trata de caso de DO.

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 possibilidade de se alcançar o consumidor final (nacional e até internacional) através de ferramentas digitais.

Acessar novamente um “mercado informal” (MEI, sacoleiras, revendedores individuais, etc) que possivelmente ganhe força por consequência da pandemia.

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

Desenvolvimento do associativismo, ações cooperadas em busca de soluções estratégicas para o setor, fortalecimento da região como “lançador de tendências” e “formadora de opinião”.

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.



NÃO ATENDE

ATENDE TOTALMENTE

LINGERIE DE FRIBURGO



	CRITÉRIOS	NOTA
1	Potencial IP	4
2	Produto	5
3	Territorialidade	4
4	Método de Produção	4
5	Governança	3
6	Identidade / Pertencimento	4
7	Desempenho Econômico	5
8	Necessidade de Proteção	4
9	Pesquisa envolvida	0
10	Visão de Futuro	5

4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

O nome geográfico Friburgo para o produto Lingerie aponta relevante potencial de reconhecimento como Indicação Geográfica, inerente à análise das informações apuradas durante o diagnóstico e evidências coletadas. Evidenciamos a viabilidade do reconhecimento de Indicação Geográfica, na modalidade Indicação de Procedência (IP), para a Lingerie produzida na Região de Nova Friburgo, no estado do Rio de Janeiro.

Considerando as pesquisas e as informações relatadas acima, a área geográfica de produção da potencial IG Friburgo para a Lingerie compreende, preliminarmente, o território de Nova Friburgo, Cachoeiras de Macacu, Bom Jardim, Duas Barras, Carmo, Sumidouro, Cordeiro, Macuco, Cantagalo, Santa Maria Madalena, Trajano de Moraes e São Sebastião do Alto, que possuem a mesma notoriedade na produção do produto analisado.

O registro de Indicação de Procedência exige um aprofundamento na realização de levantamento de fontes de notoriedade, especificamente em reportagens, fotos datadas, documentos históricos, matérias jornalísticas e televisivas e demais fontes comprobatórias que possam compor o Dossiê Histórico-cultural, possibilitando, a comprovação da fama da região.

A principal função desta potencial IG será a de agregar valor ao produto final e principalmente proteger a região produtora, possuindo um papel fundamental na proteção histórica e cultural local.

A IG e todo seu estudo e certificação envolvidos tornam-se um meio de coordenação e estruturação de uma determinada região, reunindo produtores, empresas, entidades e instituições de pesquisa, além de toda comunidade envolvida. A principal consequência desse processo é a possibilidade do comércio e turismo de uma região se beneficiarem da iniciativa, trazendo consumidores e turistas nacionais e internacionais, em busca de um produto tradicional.

Para que esta Indicação Geográfica seja depositada no INPI, torna-se necessário a construção de uma série de documentos que farão parte do processo de estruturação a ser depositado para análise.

A Indicação de Procedência de Friburgo para a Lingerie reconhecerá a reputação, qualidade e características deste produto e comunicará ao mundo que a região se especializou e tem capacidade de produzir produtos diferenciados, de excelência e com garantia de origem.

4.1. DESAFIOS PARA A IG DE FRIBURGO PARA A LINGERIE

Em função dos primeiros resultados obtidos para o estudo da potencial IG, observamos a alguns desafios a serem superados, principalmente:

- 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 esta cadeia produtiva e fomentar o trabalho de forma otimizada e coletiva.
- b)** Adequar e fortalecer o SINDVEST, estrutura de organização que congrega 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.
- c)** Será necessário o levantamento de comprovações das notoriedades observadas nesse diagnóstico realização estudos técnicos científicos mais aprofundados para a delimitação de área da região de Friburgo para a Lingerie
- d)** Baseados em todo o conjunto de evidências, será necessário o levantamento de comprovações das notoriedades observadas nesse diagnóstico para ser juntado ao processo de Indicação de Procedência
- e)** É importante que os métodos de controles de produtores e associações tenham convergência no sentido de facilitar a unificação desses dados para que seja viável para controlar, auditar e disponibilizar ao mercado. Visto isso, recomendamos que sejam criados mecanismos de controles e sejam realizadas capacitações de produtores e executivos das associações para uso de tais ferramentas.

- f) Recomendamos que sejam realizadas capacitações constantes em relação aos conceitos e potencialidades que permeiam o tema Indicação Geográfica tanto para os futuros “executivos de IG” como também para os atores regionais que poderão, com isso, usufruir da melhor forma os benefícios que esta ferramenta proporciona e ainda poderão superar os obstáculos que possam surgir no decorrer do processo.

Uma Indicação Geográfica também é um modelo de melhoria contínua do processo de produção. Mesmo mantendo-se características de originalidade, existem inúmeros ganhos que os produtores podem ter com a implementação de uma Indicação Geográfica, que vão desde a gestão do negócio, inovação e otimização dos processos, até a externalização do produto e a relação com os consumidores. O incentivo à organização dos segmentos relacionados com dinâmica produtiva da lingerie desta área geográfica, bem como a orientação necessária para o pedido de reconhecimento formal de IP junto ao INPI, se baseiam em estudos e pesquisas cujos resultados sugerem que a Lingerie produzida nesta região atende aos indicadores de qualidade e sustentabilidade, garantindo uma notoriedade ao produto e a conquista de um mercado diferenciado.

A construção do processo da Indicação Geográfica deverá avançar no sentido de identificar as práticas produtivas para a produção de Lingerie desta região, que são compartilhadas entre os produtores, técnicos e pesquisadores e que deverão ser insumo para a formatação de todo o sistema de gestão da produção e do sistema de autogestão e controle da Indicação Geográfica Friburgo para a Lingerie.

Portanto, tendo como base os requisitos legais e o questionário aplicado, conclui-se que Friburgo poderá ser reconhecida como uma Indicação Geográfica pelo INPI, todavia devendo ser trabalhados os desafios a serem superados. Desta forma, as análises realizadas atestam a potencialidade de Friburgo para 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.