

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA
CARNE DOS CAMPOS DE CIMA DA
SERRA

**Avaliação do Potencial de IG para
as Carne dos Campos de Cima da
Serra**

© 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 CARNE DOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA.....	5
3.1. DADOS BÁSICOS	6
3.1.1. Dados do entrevistado	Erro! Indicador não definido.
3.1.2. Dados da potencial IG	6
3.2. QUESTÕES CRÍTICAS	6
3.2.1. Avaliação do potencial de IP	7
3.2.2. Avaliação do potencial de DO	7
3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS.....	8
3.3.1. Critério Produto	8
3.3.2. Critério Territorialidade.....	9
3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva	10
3.3.4. Critério Governança	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.....	12
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida	12
3.3.9. Visão de Futuro.....	13
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 da Carne dos Campos de Cima da Serra, no estado do Rio Grande do Sul, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da IG da Carne dos Campos de Cima da Serra 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 CARNE DOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA

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: Carne dos Campos de Cima da Serra

Produto (incluindo produtos derivados): Carne bovina e carne ovina

Municípios envolvidos: Campos de Cima da Serra (RS e SC) que engloba 16 municípios do Rio Grande do Sul e 18 municípios catarinenses.

Entidade coletiva: APROCCIMA - Associação dos Produtores Rurais dos Campos de Cima da Serra

CNPJ: Não possui CNPJ (utilizam o sindicato para ações que demandam)

Data de Fundação: 26 de maio de 2003 (com estatuto)

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?

A região dos Campos de Cima da Serra engloba 16 municípios do Rio Grande do Sul e 18 municípios catarinenses. A região é conhecida pela produção de gado de corte (principalmente gado bovino). Vale ressaltar que a região dos Campos de Cima da Serra recebeu o reconhecimento oficial de Indicação Geográfica (IG) na modalidade Denominação de Origem (DO) para o queijo artesanal serrano, sendo o primeiro queijo brasileiro a obter uma DO.

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 diversas características específicas de bioma e fatores edafoclimáticas que conferem especificidades principalmente nas pastagens que servem de alimento para os animais da região. O gado é criado a campo (pastagem nativa e plantada). Esta região já possui um DO para o queijo.

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?

Raças bovinas britânicas (devon, hereford e aberdeen) em 3 sistemas de engorda específicos (a pasto, a pasto com suplementação e confinamento) mantendo o sabor da carne característico deste agrupamento. Trabalha com gado precoce, jovem e adulto, mas a região também produz carnes de ovinos com qualidade diferenciada.

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

Existem diversos cortes e derivados como embutidos e outros.

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?

O sabor da carne (bovina) é diferenciado e reconhecido pelos produtores e mercado (pode ter até 54 nuances). Existem qualidades específicas também para a carne de ovinos.

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

A região produz gado a mais de 300 anos, porém com uma evolução na produção a partir da década de 80.

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

Sim (BPA, BPF, PAS).

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?

Campos de Cima da Serra (RS e SC) que engloba 16 municípios do Rio Grande do Sul e 18 municípios catarinenses. Porém este tipo de produção, que envolve este sistema de manejo está concentrado numa área geográfica do Rio Grande do Sul onde a APROCCIMA tem forte atuação.

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 criação do gado até o abate (terminação) e beneficiamento da carne são realizados na região. A reputação está ligada ao método de criação (terminação), seleção de raças e região delimitada.

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

Sim. Neste sistema de manejo os produtores estão concentrados numa área geográfica do Rio Grande do Sul onde a APROCCIMA tem forte atuação.

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?

Produtores de gado até o beneficiamento da carne.

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?

Implementação de BPA e BPF (PAS).

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?

Produzem com rastreabilidade desde 2013.

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

A Aproccima realiza um trabalho para intermediar o relacionamento 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?

Sim, possuem apoio de várias instituições.

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?

Aproccima (RS) e Coopertropas (SC). A Aproxima não possui CNPJ ainda, mas tem uma ação forte de governança.

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

A Aproccima possui uma estratégia de realizar a organização da cadeia produtiva e viabilizar diversos métodos de produção. A Coopertropas possui uma estratégia diferente desta.

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?

Principalmente Aproccima (RS) e Coopertropas (SC).

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

Tem bom relacionamento entre si.

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 aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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 aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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

Não aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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

Não aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

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

Não aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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?

Não aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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

Não aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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?

Não aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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

Não aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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?

As qualidades dos pastos da região conferem qualidade aos produtos da região.

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

Existem modos de produção distintos, dependendo do tipo de gado (bovino ou ovino) e também dependendo do mercado que se pretende atingir.

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?

Existem alguns estudos que foram realizados que abrangem métodos de produção, raça de animais e qualidade de carne (UFSM, UFRS e Embrapa - Bagé). Existe a necessidade de se direcionar os estudos para se buscar vínculos entre a região e alguma qualidade dos produtos em questão (bovinos/ovinos).

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?

UFSM, UFRS, Embrapa - Bagé, Emater

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 aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva - MC

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

Não aplicado pois foi identificado viés preliminar para Marca Coletiva – MC

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.



CARNE DOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA



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

4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

Considerando as pesquisas e as informações relatadas acima, a área geográfica de produção de Carne dos Campos de Cima da Serra compreende, preliminarmente, os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina que possuem características similares na manutenção e criação dos animais.

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, Campos de Cima da Serra tenha se tornado reconhecidamente notório pela produção de carnes ou que existam evidências que comprovem o vínculo com meio geográfico.

Por outro lado fica claro o potencial do trabalho realizado pela APROCCIMA 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 Aproccima cuida do projeto de "carnes especiais" como poucos, fomentando produtores e envolvendo estrategicamente os demais elos da cadeia, como as casas de carnes, restaurantes e ainda com contato direto com o mercado consumidor, tudo isso realizado com um capricho sem igual onde utilizam de ferramentas para comprovar toda a rastreabilidade e especificidade de cada produto.

Chama a atenção o nível de organização e articulação no sentido de envolvimento não apenas entre produtores como também com pesquisadores, compradores, entidades parceiras e o comércio, onde realizam trabalhos organizados, participam de eventos para a divulgação do trabalho e utilizam dessa cadeia organizada para encabeçar novos projetos.

Orientamos para que esta MC carregue a força da APROCCIMA usando um apelo de origem para as carnes da região, considerando que o nome geográfico Campos de Cima da Serra envolve um território bem mais amplo do que a atuação desta coletividade e não possui a mesma dinâmica de produção que foi avaliada.

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 criação e produção de carnes 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 e adequar a APROCCIMA 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 criação e produção de carnes 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)** Em paralelo à estruturação de uma Marca Coletiva é primordial que seja realizado, concomitantemente, um plano de comunicação buscando evidenciar os reais diferenciais e com foco nos mercados que se pretende atingir em um projeto de longo prazo.
- e)** 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.

Importante ressaltar que a região dos Campos de Cima da Serra ou parte dela, principalmente nos municípios do estado do Rio Grande do Sul, possui evidências de uma potencial Denominação de Origem (DO), relacionadas às condições edafoclimáticas do território, envolvendo gramíneas endêmicas e tecnologias específicas de produção. Recomendamos a realização de estudos técnicos científicos mais aprofundados para comprovar que a qualidade e características peculiar das carnes desta região são devidas exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, compreendendo os fatores naturais e os fatores humanos. Caso haja essa confirmação, os estudos técnicos científicos deverão apontar a delimitação de área da potencial DO, requisitos necessários ao pedido de reconhecimento formal como Denominação de Origem.

5. REFERÊNCIAS

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

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

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