

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA BUTIÁ DE LAGUNA

Avaliação do Potencial de IG para o Butiá de Laguna

© 2020. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATOS:

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SGAS Quadra 605, Conjunto A, Asa Sul
CEP.: 70.200-904, Brasília - DF.
Telefone: (61) 3348-7636
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Roberto Tadros

Diretor Presidente

Carlos Melles

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Gerente da Unidade de Inovação

Paulo Renato Macedo Cabral

Coordenação Nacional

Hulda Oliveira Giesbrecht

Raquel Beatriz Almeida de Minas

Entidade executora especializada em Indicação Geográfica

INOVATES CONSULT LTDA

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS.....	4
2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA.....	4
2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM	4
3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O BUTIÁ DE LAGUNA.....	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	13
3.3.9. Visão de Futuro.....	14
3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA	14
4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA	15
5. REFERÊNCIAS.....	17

1. INTRODUÇÃO

Percebe-se cada vez mais uma tendência dos consumidores em valorizar a origem dos produtos e serviços que consomem. Existem muitas ferramentas de proteção e de promoção da origem, e a mais eficiente e reconhecida mundialmente é a Indicação Geográfica (IG). A IG é um nome, ou um termo, que se refere a um local geográfico particular. É usada para identificar produtos que têm qualidade e reputação únicas devido à sua origem geográfica. Os consumidores podem associar a origem à qualidade do produto, e como resultado, este pode conseguir uma maior valorização em relação aos produtos concorrentes.

As IGs pertencem exclusivamente aos produtores de um determinado território, sendo gerenciada pela organização que os representa. Essa é uma das características importantes das IGs porque, para administrar toda a estrutura necessária para reconhecê-la e monitorá-la, os produtores precisam unir esforços e trabalhar em conjunto por um objetivo comum. Na realidade, o processo de reconhecimento da IG funciona como um incentivo poderoso para todos investirem em qualidade, estratégias de marketing e comercialização.

A IG age como uma ferramenta de coordenação e estruturação de determinada região, podendo unir produtores, empresas, instituições e toda a população visando alcançar o mesmo objetivo. Como consequência, todo o comércio e turismo da região podem se beneficiar da iniciativa.

O presente documento apresenta os resultados do Diagnóstico Técnico para a Avaliação do Potencial de Indicação Geográfica do Butiá de Laguna, no estado de Santa Catarina, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da IG do Butiá de Laguna buscou como subsídios para análise, as bases históricas, técnico-científicas e a notoriedade desse produto na região. Realizamos a coleta de dados por meio de entrevistas aprofundadas, com base na metodologia desenvolvida pelo Sebrae e no Marco Legal de Indicações Geográficas.

2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Conforme o artigo 176 da Lei de Propriedade Industrial – LPI, Lei nº 9.279/96, constitui Indicação Geográfica a Indicação de Procedência (IP) ou a Denominação de Origem (DO).

2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA

Conforme o art. 177 da LPI, considera-se Indicação de Procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM

Conforme o art. 178 da LPI, considera-se Denominação de Origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O BUTIÁ DE LAGUNA

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: Região de Laguna (o nome está meio "solto" ainda)

Produto (incluindo produtos derivados): Butiá (mais de 15 subespécies), produtos derivados, artesanato

Municípios envolvidos: Laguna, Imbituba.

Entidade coletiva: Ainda não existe um grupo formado e fortalecido específico para o Butiá e seus derivados.

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?

Ainda não há uma notoriedade de uma região atrelada ao Butiá. O butiazeiro é uma palmeira de ocorrência natural no sul do Brasil e no sudeste do Uruguai. Em Laguna/SC, essa linda palmeira, o "butia catarinensis" é baixa e muito presente na vegetação litorânea deste território. A sua inflorescência se dá na primavera, quando brota uma linda flor amarela, sendo muito visitada pelas abelhas.

Planta símbolo da cidade de Laguna, que produz frutos amarelos de sabor específico. Ótimo para se fazer sucos, picolés, geléias, licores, cachaças e vinagres. No alimento, na bebida e no artesanato esta planta representa fonte de renda para muitos lagunenses. De acordo com a Lei Municipal de Laguna nº 1.121 de 30 de novembro de 2005, é expressamente proibida a queimada e o corte de qualquer árvore do tipo Butiá capitata var. Odorata, necessitando de prévia autorização do Poder Público, mesmo em casos de replantio, pois esta região é área de preservação ambiental da espécie em questão.

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 estudos científicos neste sentido. O Butiá capitata var. odorata distribui-se no Brasil (Santa Catarina e Rio Grande do Sul), Uruguai e Argentina. Em Santa Catarina,

ocorre na vegetação de restinga, desde o litoral extremo norte até o extremo sul. Esta palmeira é utilizada pelas populações litorâneas na confecção de artefatos, de bebidas, venda e consumo de frutos, sendo também recomendada para reflorestamentos e programas de reintrodução de fauna.

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 Butiá produz frutos amarelos de sabor específico. Ótimo para se fazer sucos, picolés, geleias, licores, cachaças e vinagres. Utilizado tanto no alimento, na bebida e no artesanato.

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

Sucos, picolés, geleias, licores, cachaças e vinagres, além do uso no artesanato.

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?

Não há uma característica e/ou qualidade específica do território. O Butiá capitata var. odorata distribui-se no Brasil (Santa Catarina e Rio Grande do Sul), Uruguai e Argentina. A venda de Butiá e derivados às margens da BR 101 é uma das mais tradicionais atividades comerciais na região de Laguna.

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

É uma planta endêmica do litoral.

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

Algumas situações de produção e venda carecem de legalização e boas práticas. Mas a maioria dos produtores atendem aos requisitos 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?

Existe uma maior concentração de produtores nos municípios de Laguna e Imbituba em Santa Catarina.

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?

Extrativismo ou plantios cultivados e a elaboração de derivados.

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

Concentram-se em Laguna e Imbituba.

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?

Produção e comercialização.

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?

Não há. Seguem tecnologias e boas práticas comuns a outras regiões.

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 há.

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?

Devido à diversidade de produtos e subprodutos, há uma diversidade de cadeias produtivas, na sua maioria com vendas direto ao consumidor e algumas na dependência de intermediários.

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

Há um forte trabalho de apoio pelo poder público municipal e também apoio de outras instituições como o Sebrae.

3.3.4. Critério Governança

QUESTÃO 16 - Existe uma organização (associação, cooperativa, consórcio, condomínio, sindicato, federação) na área geográfica que representa a coletividade dos produtores? Se sim, essa organização é formalizada? Possui estatuto que consolida seu papel de representação dos interessados na produção do produto na área geográfica indicada?

Não há.

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

Não se aplica.

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

Não se aplica.

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

Não se aplica.

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

Necessita de um trabalho de cultura da cooperação buscando criar uma governança envolvendo os diversos elos de produção.

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?

Valorização dos produtos elaborados a partir do Butiá e ampliar o uso da planta do Butiá como paisagismo, referendando a planta como uma identidade da localidade.

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 de Butiá e seus derivados têm muita paixão pela planta e seu potencial para a elaboração de alimentos, bebidas e artesanato.

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

Sim. Valorizam como planta símbolo da região, além do uso em paisagismo em ambientes públicos e nas residências.

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

*Planta símbolo da cidade de Laguna. De acordo com a Lei Municipal de Laguna nº 1.121 de 30 de novembro de 2005, é expressamente proibida a queimada e o corte de qualquer árvore do tipo *Butiá capitata* var. *Odorata*, necessitando de prévia autorização do Poder Público, mesmo em casos de replantio, pois esta região é área de preservação ambiental da espécie em questão.*

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

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

Devido à multiplicidade de produtos e subprodutos, esta informação é indefinida.

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?

Devido à multiplicidade de produtos e subprodutos, esta informação é indefinida.

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

Devido à multiplicidade de produtos e subprodutos, esta informação é indefinida.

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 há.

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

Muitos consumidores, ao passarem nesta região, têm o hábito de comprar os produtos do Butiá vendido às margens da BR 101. O município de Laguna tem uma certa fama por concentrar a maior produção e comercialização deste produto.

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?

Alguns produtores relatam, de forma empírica, que o Butiá destes municípios apresenta características diferenciadas em função das condições edafoclimáticas do território, principalmente em relação a característica lagunar típica 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?

Há uma dinâmica especial do território que envolve desde a preservação e cultivo do Butiá, até a produção de diversos derivados, desde alimentos e bebidas até o artesanato.

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?

Epagri, IFSC, IFC, Embrapa e Universidades.

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?

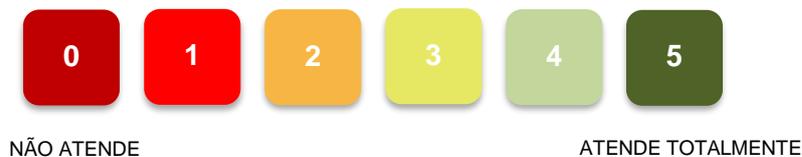
Ampliar a ofertas de produtos oriundos do Butiá e desenvolver os mercados locais.

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

Estimular o turismo na região e preservar a cultura do Butiá.

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.



BUTIÁ DE LAGUNA



	CRITÉRIOS	NOTA
1	Potencial IP	1
2	Produto	3
3	Territorialidade	3
4	Método de Produção	1
5	Governança	1
6	Identidade / Pertencimento	3
7	Desempenho Econômico	2
8	Necessidade de Proteção	1
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 exista, no momento, um nome geográfico que tenha se tornado reconhecidamente notório pela produção de carnes suínas ou que existam evidências que comprovem o vínculo com meio geográfico.

Por outro lado, fica claro o potencial do Butiá, principalmente pela multiplicidade de produtos derivados, como alimentos, bebidas e artesanatos. 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.

Esta mesma região, quando mais bem detalhada e definida, pode sugerir um terroir específico e com fatores edafoclimáticos que conferem tipicidade específica à produção do Butiá, mas que ainda demandam de estudos técnico/científicos que comprovem vínculo entre região, método de produção e qualidade de produto. Tais estudos, caso positivos, podem ser utilizados na busca de Indicação Geográfica na espécie de Denominação de Origem.

Portanto, recomendamos que alguns passos sejam realizados de forma prioritária buscando um caminho sustentável na busca pelo reconhecimento de IG, utilizando a Marca Coletiva como ferramenta de proteção da coletividade.

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 produção de cucas 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 a esta cadeia produtiva e fomentar o trabalho de forma otimizada e coletiva.
- b) Fortalecer a criação de uma organização que 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) 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.
- d) Buscar parcerias estratégicas com instituições que tenham trabalhos voltados ao turismo na região com o intuito de evidenciar e agregar valor ao saber fazer e não apenas aos produtos em si.
- e) É fundamental que se tenha convergência e adesão dos elos da cadeia para fomentar e incentivar o projeto de estruturação da MC, logo, **não** recomendamos que se inicie um processo de estruturação antes que a governança esteja convergindo e a cadeia produtiva, leia-se, produtores e processadores, estejam diretamente envolvidos e comprometidos com a MC.

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^o 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.