

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA
CARNE SUÍNA DO OESTE
CATARINENSE

**Avaliação do Potencial de IG para
a Carne Suína do Oeste
Catarinense**

© 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 SUÍNA DO OESTE CATARINENSE5	
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	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.....	12
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida	13
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 Suína do Oeste Catarinense, no estado de Santa Catarina, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da IG da Carne Suína do Oeste Catarinense 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 SUÍNA DO OESTE CATARINENSE

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: Oeste Catarinense (MC Saboreense)

Produto (incluindo produtos derivados): Carne Suína

Municípios envolvidos: Meio Oeste Catarinense

Entidade coletiva: ASAASC - Associação de Agroindústria Alimentícia de Santa Catarina

CNPJ: 24.613.206/0001-55

Data de Fundação: 08/04/2016

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?

Não há, no momento, evidências históricas capazes de comprovar a notoriedade que um nome geográfico é reconhecido como produtor de carnes suínas para este território. Porém existem diversas ações desenvolvidas pela Associação de Agroindústrias Alimentícias de Santa Catarina (ASAASC), proprietária da marca Saboreense que subsidiam uma Marca Coletiva calcada em organização da cadeia produtiva, fortalecimento dos pequenos produtores e oferecimento de um produto com qualidade diferenciada. O conceito da marca Saboreense remete ao sabor catarinense, grande diferencial, associado à cultura e às técnicas artesanais, seja com tempo de cura menor do que os processos industriais ou com temperos específicos. Integram a entidade ASAASC pequenos produtores, que realizam o resgate da genética animal voltada à produção familiar com ciclo completo e entregam a matéria-prima para industrialização das 40 pequenas plantas frigoríficas associadas.

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?

Carne suína diferenciada, sendo um produto associado à cultura e às técnicas artesanais, seja com tempo de cura menor do que os processos industriais ou com temperos específico, produzido por pequenos produtores, que realizam o resgate da genética animal voltada à produção familiar com ciclo completo e entregam a matéria-prima para industrialização nas pequenas plantas frigoríficas associadas.

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

Carne suína e derivados de qualidade e sabor incomparável.

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?

Os produtos Saboreense estão em fase de lançamento.

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

Os produtos Saboreense estão em fase de lançamento.

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

Sim. Desde a produção a campo até a industrialização.

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?

Não há uma área geográfica reconhecida. Trata-se de uma marca com conceito e estratégia coletiva.

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?

Produção a campo por pequenos produtores e industrialização nas pequenas plantas frigoríficas associadas a ASAASC.

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

São associados a ASAASC.

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 Processamento.

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?

O produto está associado à cultura e às técnicas artesanais, produzido por pequenos produtores, que realizam o resgate da genética animal voltada à produção familiar com ciclo completo e entregam a matéria-prima para industrialização nas pequenas plantas frigoríficas associadas.

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?

A ASAASC realiza a rastreabilidade do campo, passando pela industrialização até a comercialização.

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?

Todos os elos desde a produção a campo até a comercialização estão envolvidos na ASAASC.

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

Destacam principalmente o papel da Epagri, do Sistema “S” (Faesc/Senar, Sesi, Sebrae, Senai, Senac e Sesc) e da Unochapecó.

3.3.4. Critério Governança

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

Sim. A Associação de Agroindústrias Alimentícias de Santa Catarina (ASAASC), proprietária da marca Saboreense.

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

Não se aplica, pois, trata-se de uma Marca Coletiva.

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

A ASAASC encaminhou o registro de marca coletiva Saboreense, criou design das embalagens e organizou o lançamento oficial de uma cooperativa, que fará a comercialização dos produtos. Para execução dessas ações a entidade conta com o apoio do Sistema "S" (Faesc/Senar, Sesi, Sebrae, Senai, Senac e Sesc) e da Unochapecó.

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

Não se aplica, pois, trata-se de uma Marca Coletiva.

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

Avalia-se uma forte capacidade de governança e boa relação entre os associados.

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 se aplica, pois, trata-se de uma Marca Coletiva.

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 se aplica, pois, trata-se de uma Marca Coletiva.

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

Os produtos da Marca Coletiva Saboreense estão em fase de lançamento.

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

Não se aplica, pois, trata-se de uma Marca Coletiva.

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

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

Não se aplica, pois, trata-se de uma Marca Coletiva.

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?

Os produtos da Marca Coletiva Saboreense estão em fase de lançamento.

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

Os produtos da Marca Coletiva Saboreense estão em fase de lançamento.

3.3.7. Critério Necessidade de Proteção

QUESTÃO 28 - Existem evidências de falsificações do produto no mercado com usurpação do uso do nome geográfico, da tradição e saber-fazer por produtores que estão fora da área geográfica?

Os produtos da Marca Coletiva Saboreense estão em fase de lançamento.

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

Os produtos da Marca Coletiva Saboreense estão em fase de lançamento.

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, trata-se de uma Marca Coletiva sem viés de origem geográfica.

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, trata-se de uma Marca Coletiva sem viés de origem geográfica.

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, trata-se de uma Marca Coletiva sem viés de origem geográfica.

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, trata-se de uma Marca Coletiva sem viés de origem geográfica.

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?

Alcançar gradualmente os mercados mais exigentes por produtos de qualidade e sabor superiores oriundo do resgate da genética animal e produzidos por pequenos produtores.

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

Valorização dos pequenos produtores e pequenas plantas frigoríficas industriais, com a valorização dos elos da cadeia e oferta de um produto diferenciado.

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 SUÍNA DO OESTE CATARINENSE



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

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 trabalho realizado pela ASAASC no sentido de governança, organização, qualidade de produto e organização da cadeia produtiva. Tais elementos tornam viável um processo de Marca Coletiva.

A ASAASC cuida do projeto de "Saboreense" como poucos envolvendo estrategicamente os elos da cadeia, fomentando produtores e pequenas plantas frigoríficas. Uma estratégia calcada na organização da cadeia produtiva, fortalecimento dos pequenos produtores e oferecimento de um produto com qualidade diferenciada. O conceito da marca Saboreense remete ao sabor catarinense, grande diferencial, associado à cultura e às técnicas artesanais, seja com tempo de cura menor do que os processos industriais ou com temperos específicos. Integram a entidade ASAASC pequenos produtores, que realizam o resgate da genética animal voltada à produção familiar com ciclo completo e entregam a matéria-prima para industrialização das 40 pequenas plantas frigoríficas associadas.

Chama a atenção o nível de organização e articulação no sentido de envolvimento não apenas entre produtores e frigoríficos 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 a MC Saboreense carregue a força da ASAASC utilizando de ferramentas para comprovar toda a rastreabilidade e especificidade de cada produto, oferecendo ao consumidor mais do que um produto de qualidade, mas sim um produto com oriundo de raças tradicionais e produzido por pequenos produtores com o apelo de coletividade organizada e justa nas suas relações, base essa onde está ancorado o projeto da Saboreense.

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)** A ASAASC e a Cooperativa deverão investir no desenvolvimento de um plano de comunicação com ênfase na história de cada produtor (lote a lote) buscando evidenciar os reais diferenciais e com foco nos mercados que se pretende atingir em um projeto de longo prazo.
- b)** Estabelecer um eficiente controle de gestão e rastreabilidade, comunicando de forma inovadora quem produziu, onde produziu, como produziu, etc. 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.
- c)** Revisão dos processos produtivos a serem autorizados pela MC Saboreense.
- d)** Regulamentações do uso da MC pelos integrantes - Regulamento de Utilização da MC.
- 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.

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.