

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA BORDADO DE IBITINGA

Avaliação do Potencial de IG para o Bordado de Ibitinga

© 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 BORDADO DE IBITINGA.....	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	10
3.3.4. Critério Governança	11
3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento	11
3.3.6. Critério Desempenho Econômico	12
3.3.7. Critério Necessidade de Proteção.....	13
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida	13
3.3.9. Visão de Futuro.....	14
3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA	14
4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA	15
5. REFERÊNCIAS.....	16

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 Bordado de Ibitinga, no estado de São Paulo, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da IG do Bordado de Ibitinga 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 BORDADO DE IBITINGA

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/prestação de serviço 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: Bordado de Ibitinga

Produto/Serviço (incluindo produtos derivados): Produtos de cama, mesa e banho (tendo ou não itens bordados), enxoval de bebê completo.

Municípios envolvidos: Ibitinga, Tabatinga, Itápolis, Borborema.

Entidade coletiva: SINDICOBÍ (Sindicato das Indústrias e Comércio de Bordados de Ibitinga)

CNPJ: 60.247.244/0001-03

Data de Fundação: 13/06/1990

Contatos da entidade coletiva: Daniela Scaquetti Massola - (16) 3342-5675

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?

Sim. Possui reportagens e documentos.

Há 600 famílias cadastradas na prefeitura, que recebem barracas e espaço na praça para a venda dos seus itens. A prefeitura apoia os pequenos. Mas o que é reconhecido são os grandes empresários.

Possuem uma feira do bordado anual, que possui bastante adesão de pessoas. No passado costumavam receber vários ônibus (30) de vários estados do país, isso durou por muitos anos. A migração para a venda online prejudicou os pequenos empresários. A Rede Globo utiliza produtos com bordados de uma loja da região nas novelas.

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/prestadores de serviço? Quais?

Não.

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 maneira como eles montam os kits dos produtos. A fabricação dos kits com os mesmos acabamentos e identidade visual o que os tornam produtos diferenciados.

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

Existem vários itens oriundos dos bordados como os bichos de pelúcia, etc.

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/serviços similares disponíveis no mercado? Se sim, quais são?

Há empresas com mais de 1500 funcionários, porém acabaram perdendo a sua identidade. O número de empresários nesse setor é muito alto. Há grupos significativos que fazem artesanalmente e outros industriais.

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

Desde o final da década de 60 e começo da década de 70 (em 1974).

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

A grande maioria atende as legislações. Há um grande volume de pessoas informais na região, visto que a prefeitura tem baixa capacidade de fiscalização. Na contratação há grande informalização dos profissionais.

3.3.2. Critério Territorialidade

QUESTÃO 8 - Existe uma área geográfica específica que é reconhecida pelo mercado como centro produtor do produto/prestador do serviço? Qual a abrangência e qual o tamanho aproximado dessa área geográfica?

Sim. Ibitinga, Tabatinga, Itápolis, Borborema.

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/serviço da IG pelo mercado?

O processo de fabricação é quase todo local, não dependendo de outros municípios.

QUESTÃO 10 - Os produtores/prestadores de serviços estão todos sediados na área geográfica indicada?

Estão todos sediados nesses municípios.

Há comunidade rurais, onde as mulheres costuravam os produtos, por muito tempo foram mão de obra, como forma de complementar a renda.

3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva

QUESTÃO 11 - Quais etapas do processo produtivo são envolvidas com o produto/serviço a ser protegido da produção primária à distribuição?

Corte, costura e embalagem.

QUESTÃO 12 - Existe, por parte dos produtores/prestadores de serviços ou na cadeia produtiva, uma prática comum ou um modo tradicional de produção/prestação de serviço que define a forma de fazer o produto? Está documentado ou na cabeça dos produtores?

Há grupos que utilizam a técnica de bordado.

Uns agrupam a técnica de kits, com identidade visual semelhante ao grupo de itens, com elemento e processo de produção parecido.

QUESTÃO 13 - Existe um sistema de controle de qualidade da produção/prestação de serviço praticado na área geográfica? Se sim, como é realizado esse controle da qualidade? Está documentado?

Existe muita dificuldade de fazer uma ficha técnica.

Micro e pequenas empresas têm dificuldade e utilizam molde de outras pessoas. Chegam a desmontar as peças e identificam como produzir cada peça, utilizando como molde.

Os pequenos não fabricam o próprio molde.

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

A cadeia se relaciona bem entre si, porém esse relacionamento não se aplica a uma realidade de indicação geográfica visto que é uma relação comercial comum, de produtos comuns.

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

Há reconhecimento como de Prefeituras, SINDICOBÍ (grande e médio empresários).

Fator MIT (município com interesse turístico).

Tabatinga está construindo um zoo de urso de pelúcia.

Ainda recebem orçamento para trabalhar com a questão do turismo de compra.

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/prestadores de serviço? Se sim, essa organização é formalizada? Possui estatuto que consolida seu papel de representação dos interessados na produção do produto/prestação do serviço na área geográfica indicada?

Existe o SINDICOBÍ, mas não representa a coletividade (só grandes e médios empresários).

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

A governança não está preparada.

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/prestadores de serviço na área geográfica?

Não existe. Pode existir com o apoio da prefeitura, a criação de uma associação.

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

Não se aplica pois não existem padrões de relacionamento bem como padrões de produtos com viés de IG.

3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento

QUESTÃO 21 - Quais os valores, crenças e princípios dos produtores/prestadores de serviço e lideranças da área geográfica indicada orientam a produção e a relação com os consumidores e a comunidade?

Buscar por um grupo que tenha interesse em uma possível Marca Coletiva.

QUESTÃO 22 - Há sentimento de autoestima dos produtores/prestadores de serviço em pertencer à área geográfica indicada, capaz de gerar um engajamento positivo no desenvolvimento do território?

Possuem engajamento. Possui trabalhos que demonstram esse entusiasmo, usam plataforma do mercado livre e facebook, eles expõem que o produto vem da região, possuem orgulho do produto ser do território.

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

A população reconhece o valor do produto, porém não reconhecem que pertence a uma cadeia produtiva, não há a integração de setores. O bordado não consegue integrar os outros setores.

QUESTÃO 24 – Há o reconhecimento público ou de mercado do produto/serviço ou do saber-fazer (IPHAN, *SlowFood*, UNESCO, outros)?

A princípio nada foi identificado além da fama da região em relação aos bordados.

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

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

Existem muitas pessoas informais, não conseguem mensurar. A prefeitura ou o SINDICOBÍ pode ter essa informação.

QUESTÃO 26 - Qual o volume de produção/prestação de serviço do produto na área geográfica indicada? Qual a participação da produção/prestação de serviço na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no estado e no país?

Não conseguem mensurar. A prefeitura ou o SINDICOBÍ pode ter essa informação.

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

R\$84 milhões por ano.

3.3.7. Critério Necessidade de Proteção

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

Alguns artesãos mudaram de município e usaram o nome Ibitinga no outro município, mesmo não fabricando mais na região.

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

Os compradores não exigem que o produto seja de Ibitinga.

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/serviço?

Não.

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/serviço?

Sim, levam o saber-fazer para onde vão, inclusive para outros estados e mercados.

QUESTÃO 32 - Existem estudos técnico-científicos de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs) que podem comprovar o vínculo do produto/serviço com o meio geográfico? Quais são? Se não, quais estudos seriam necessários para comprovar as características e qualidades do produto/serviço vinculadas ao meio geográfico?

Não.

QUESTÃO 33 - Quais ICTs estão envolvidas ou podem ser envolvidas na realização de estudos técnico-científicos para comprovar o vínculo do produto/serviço com o meio geográfico?

Não existem.

3.3.9. Visão de Futuro

QUESTÃO 34 - Quais são as metas/expectativas do conjunto de produtores/prestadores de serviços da área geográfica indicada em relação ao alcance de mercados (local, regional, nacional, internacional) para o produto/serviço?

Não se aplica ao entrevistado.

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

Não se aplica ao entrevistado.

3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA

O gráfico abaixo apresenta o resultado a respeito do atendimento aos critérios avaliados da potencial IG, considerando que a escala vai de 0 a 5, sendo que, 0 (zero) não atende ao critério e 5 (cinco) atente totalmente ao critério.



BORDADO DE IBITINGA



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

4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

As evidências históricas, de notoriedade e científicas apontam um forte reconhecimento do nome geográfico Região de Ibitinga para o produto bordado. Porém, não evidenciamos a viabilidade do reconhecimento de Indicação Geográfica, em qualquer das modalidades para os bordados produzidos na Região de Ibitinga, no estado de São Paulo, conforme justificamos.

Nessa região o bordado teve muita importância para seu desenvolvimento, tendo em seus tempos áureos grande movimento de compradores e também tendo recebido investimento de grandes empresas que se instalaram na região, porém, o que tornou a Região de Ibitinga famosa acabou se perdendo com o passar do tempo restando hoje poucos artesãos que preservam aquele saber-fazer que fez com que tal região tivesse tamanha notoriedade. Nota-se que os produtos elaborados ali não demonstram características que os tornem típicos, o que torna difícil um controle sobre estes produtos. Além disso, a falta de governança acaba sendo o principal agravante nesse momento, visto que esta região poderia beneficiar-se de uma Marca Coletiva a princípio, para tentar obter benefícios que esta ferramenta proporciona quanto a coletividade e ainda, talvez, recuperar o que foi deixado de lado ao longo do tempo, porém nota-se uma deficiência em relação à possíveis lideranças.

Dessa forma, não podemos ser levianos em recomendar, nesse momento, uma Indicação Geográfica ou ainda uma Marca Coletiva. Recomendamos, contudo, que se busque um grupo que tenha intenção de preservar essa cultura tão valorizada na região mas que, pelo teor das respostas e pesquisas que realizamos, acabou se perdendo ao longo do tempo. Uma vez o grupo formado, tornam-se viáveis trabalhos de formação de liderança, associativismo, cooperativismo e capacitações visando, a partir disso, um trabalho em torno de uma Marca Coletiva.

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 Nº 095/2018, de 28 de dezembro de 2018. **Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas.** <<http://www.inpi.gov.br/noticias/novas-normas-para-indicacoes-geograficas-entram-em-vigor/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2020.

ANEXOS