

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA CAFÉ DE PACAEMBU

Avaliação do Potencial de IG para o Café de Pacaembu

SÃO PAULO - BRASIL

© 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 CAFÉ DE PACAEMBU	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	11
3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento	13
3.3.6. Critério Desempenho Econômico	13
3.3.7. Critério Necessidade de Proteção.....	14
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida	14
3.3.9. Visão de Futuro.....	15
3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA	16
4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA.....	17
4.1. CONFLITO DE SINAIS DISTINTIVOS – MARCAS	Erro! Indicador não definido.
4.2. DESAFIOS PARA A IG DE PACAEMBU PARA O CAFÉ	18
5. REFERÊNCIAS	20

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 Café de Pacaembu, no estado de São Paulo, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da IG do Café de Pacaembu 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 CAFÉ DE PACAEMBU

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: Café de Pacaembu

Produto/Serviço (incluindo produtos derivados): Café 100% Arábica

Municípios envolvidos: Pacaembu e Irapuru

Entidades coletiva:

Associação dos Produtores Rurais de Pacaembu (APRUP)

CNPJ: 64.610.868/0001-96

Data de Fundação: 05/02/1992

Contatos da entidade coletiva: aprpacaembu@yahoo.com.br; (18) 3862-3300

Cooperativa Agrícola Mista de Pacaembu (COAMP)

CNPJ: 29.600.139/0001-58

Data de Fundação: 02/02/2018

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, existe a notoriedade em relação ao Café de Pacaembu. Recortes de jornal, documentos históricos e matérias na mídia televisiva. Houve 4 concursos de qualidade do Café com o apoio do Sebrae, onde foram realizadas várias reportagens.

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?

Segundo informações apuradas, não há conhecimento de pesquisa científica realizada ou em andamento junto aos produtores rurais de café associados.

No último concurso realizado na região, dois provadores de Minas Gerais informaram que havia algo de diferente na bebida deles, nunca antes provaram um café com aquelas características. O clima e a altitude são diferenciadas de outras regiões para o cultivo do café arábica. Porém, ainda não existem pesquisas que comprovam esse diferencial.

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 café é adocicado e achocolatado.

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

Café cru e café torrado. Ainda não conseguem torrar todo o café produzido.

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?

Um grupo significativo de produtores implementaram, com o apoio do Sebrae, as boas práticas agrícolas para a produção de café. Isso elevou a qualidade e destacou as características do café da região. Além disso, o café é produzido através de agricultura familiar, sem mecanização, o que permite uma colheita mais seletiva dos grãos e uma melhor qualidade.

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

Desde 1975.

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

Atende todas as regulamentações, visto que adotam as boas práticas agrícolas.

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?

São os municípios de Pacaembu e Irapuru. Pacaembu com aproximadamente 35 mil hectares e Irapuru com 28 mil hectares.

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?

Os produtores cultivam, secam e torram boa parte do café produzido. A cooperativa garante que o café seja oriundo dessa região após a torra do produto, considerando o controle da produção ao beneficiamento. Os associados conhecem a procedência do café produzidos na área geográfica, pois possuem o controle de toda a sua linha de produção.

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

Os produtores estão todos sediados nessas duas cidades. A associação e a cooperativa estão estabelecidas na região, mais precisamente no município de Pacaembu, sendo que, todos os cooperados também são associados.

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?

Cultivo, secagem e torrefação.

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?

Existem as boas práticas agrícolas. A associação contratou o serviço de um engenheiro agrônomo renomado para orientar como deve ser realizado todo o processo produtivo. O consultor foi, mensalmente, em cada propriedade orientando os produtores.

A associação e a cooperativa exigem que os produtores atendam os requisitos das boas práticas agrícolas. Os produtores aprenderam boa parte do que sabem com o consultor e isso ainda não está documentado.

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?

Não existe um sistema de controle de produção que engloba toda a cadeia produtiva. A associação e a cooperativa cobram que o café mantenha a qualidade com a adoção das boas práticas agrícolas aprendidas, para que possam dizer aos consumidores os seus diferenciais.

Não é difícil implementar isso na região, pois já seguem o padrão de boas práticas agrícolas.

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 cooperativa só absorve e processa os cafés dos associados. Ainda há venda para atravessadores do café na condição cru, principalmente pelos produtores não vinculados à associação e cooperativa.

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

O poder público se envolve pouco com o setor.

O poder estadual já foi bastante atuante. Há carência na assistência técnica pelo setor público. Atualmente está sucateado, não há contratação de novos técnicos.

A prefeitura doou o terreno para a associação realizar a torrefação, porém, no campo técnico não tem apoio.

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?

Sim, a Associação dos Produtores Rurais de Pacaembu (APRUP), Cooperativa Agrícola Mista de Pacaembu (COAMP). No mesmo prédio funciona a associação e a cooperativa. Possuem sala de reuniões, com computadores e telefones, sala de provas para o café, espaço para torrefação e depósito do café. A estrutura possui aproximadamente 400 m², de alvenaria e cobertura metálica.

Os estatutos da associação e da cooperativa estão registrados. A associação possui Ata desde 1991. Todas as atas da associação são registradas em cartório. As Atas da Cooperativa são registrada na junta comercial.

É realizada uma reunião por mês com todo o grupo. A diretoria se reúne e prepara uma pauta para a reunião com todos os produtores. Todo mês prestam contas do dinheiro que entra e sai na associação. Fazem assembleia ordinária com o balanço anualmente, eleição de diretoria e demais assuntos pertinentes à entidade.

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

Está atuante.

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

Não possuem recursos em caixa, mas conseguem encontrar parceiros até fora do município, para auxiliar nas despesas que forem necessárias.

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

Não. Para o café não há nenhum tipo de concorrência de representatividade dos produtores, visto que a associação e a cooperativa possuem um ótimo prestígio entre os produtores e órgãos públicos.

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

Boa parte dos produtores se interagem por meio da Associação e Cooperativa, mas existem vários outros que trabalham de forma independente com relacionamento direto com os atravessadores.

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?

Existe a sensação de pertencimento no grupo.

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?

Além do sentimento de pertencimento existe a necessidade de preservar e dar continuidade a cultura do café na região, inclusive estes atores apostam em uma possível IG para auxiliar nesse caso

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

Mesmo quem não produz o café reconhece a importância da atividade na região.

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

Ainda não há o reconhecimento público.

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?

Aproximadamente 80 produtores.

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?

Em Pacaembu, o volume é de 25 a 28 sacas por hectare, sendo que possuem 300 hectares. Em Irapuru, o volume é de 25 sacas por hectare, sendo que possuem 200 hectares.

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

R\$ 420,00 a 500,00 por saca de 60kg.

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?

Já existe uma marca do Café de Pacaembu que não é da região de Pacaembu. Uma viagem à São Carlos, identificou-se no mercado o Café Pacaembu. A marca já está registrada no INPI, mas não tem relação com o café oriundo da região. Acredita-se que o nome foi dado em homenagem ao estádio Pacaembu não tendo relação com os produtores de café da região.

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

Na marca Aroma Paulista sim, no café cru ainda não.

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?

Sim, com destaque ao relevo onde não possibilita, em grande parte, mecanização do cultivo e ainda o cultivo do café de baixa altitude (aproximadamente 400 metros).

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?

Existe um saber fazer que é passado e conservado entre gerações sem perder a capacidade de melhoramento contínuo, como o que acontece com as Boas Práticas Agrícolas.

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 existem ou não se tem conhecimento sobre esses estudos. Vínculo com as características do produto com a altitude produzida e seus fatores agroclimáticos.

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 ou não se tem conhecimento sobre esses estudos.

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?

Pretendem abrir novos mercados e fidelizar o posicionamento atual no mercado em que estão inseridos.

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

A Indicação Geográfica entrará para a manutenção do cultivo de café na região, para que permaneça a história, visto que atualmente a produção está em declínio. O objetivo da associação é manter a cafeicultura na agricultura familiar, para estimular

o jovem a manter a atividade na região. O objetivo é melhorar a qualidade de vida e o ganho com a produção.

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.



CAFÉ DE PACAEMBU



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

4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

O nome geográfico Pacaembu para o produto Café aponta relevante potencial de reconhecimento como Indicação Geográfica, inerente à análise das informações apuradas durante o diagnóstico e evidências coletadas. Evidenciamos a viabilidade do reconhecimento de Indicação Geográfica, na modalidade Indicação de Procedência (IP), para o Café produzido em Pacaembu, no estado de São Paulo.

Considerando as pesquisas e as informações relatadas acima, a área geográfica de produção da potencial IG Pacaembu para o Café compreende, preliminarmente, o

território dos municípios de Pacaembu e Irapuru que possuem a mesma notoriedade na produção do produto analisado.

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

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

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

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

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

4.1. DESAFIOS PARA A IG DE PACAEMBU PARA O CAFÉ

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

- a)** Adequar e fortalecer a Associação dos Produtores Rurais de Pacaembu (APRUP), estrutura de organização que congrega os produtores da região. Esta organização será o substituto processual para o requerimento do reconhecimento formal de indicação geográfica junto ao INPI e apoiará a estrutura de governança da IG a ser consolidada.
- b)** A necessidade de evoluir em conjunto nos padrões de qualidade do café deste território, que requer ampliar os trabalhos de conscientização das boas práticas agrícolas nos tratos culturais dos cafezais que hoje estão sendo promovidos pelas instituições públicas e privadas ligadas ao setor rural estadual. Para a IG, promover o conceito de qualidade do café necessário para alcançar novos mercados nacionais e internacionais, e dar impulso a melhoria da rentabilidade na atividade.
- c)** Por meio da APRUP, a região necessita implementar métodos de rastreabilidade de seus produtos, além de formatar o seu modelo de negócio e o projeto de branding e marketing regional, para construção da identidade local.

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

A construção do processo da Indicação Geográfica deverá avançar no sentido de identificar as práticas produtivas para a produção de café desta região, que são compartilhadas entre os produtores, técnicos e pesquisadores e que deverão ser

insumo para a formatação de todo o sistema de gestão da produção e do sistema de autogestão e controle da Indicação Geográfica Pacaembu para o Café.

Baseados em todo o conjunto de evidências, será necessário o levantamento de comprovações das notoriedades observadas nesse diagnóstico para ser juntado ao processo de Indicação de Procedência.

Ainda que não seja uma exigência legal, recomendamos a elaboração de um plano de trabalho para ser executado em relação ao envolvimento da sociedade em toda a região com a finalidade de se utilizar dos benefícios de um processo de Indicação Geográfica em prol do desenvolvimento territorial local.

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

5. REFERÊNCIAS

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

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

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