

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA  
CERES

**Avaliação do Potencial de IG para  
os Queijos de Ceres**

GOIÁS - BRASIL

© 2021. 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](http://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

## 1. INTRODUÇÃO

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

As IGs pertencem exclusivamente aos produtores de um determinado território, sendo gerenciada pela organização requerente da IG junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Essa é uma das características importantes das IGs porque, para administrar a estrutura necessária para reconhecê-la e geri-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 os produtores e empresas locais investirem coletivamente em melhoria da qualidade do produto e em estratégias de marketing e de comercialização para ampliar as suas vendas e gerar desenvolvimento local.

A IG pode ser aplicada 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, o comércio e o turismo da região podem se beneficiar da iniciativa.

A proteção das Indicações Geográficas brasileiras é fundamental para a preservação da cultura nacional e para gerar desenvolvimento local. A tradicionalidade de 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 das Indicações Geográficas se dá por meio do registro do nome geográfico junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que tem por

atribuição, conforme a Lei da Propriedade Industrial nº. 9.279/96, estabelecer 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.

O presente documento apresenta os resultados do diagnóstico técnico para a Avaliação do Potencial de Indicação Geográfica dos Queijos de Ceres, no estado de Goiás, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento dos Queijos de Ceres como Indicação Geográfica utilizou subsídios para análise as bases históricas, técnico-científicas e a notoriedade desse produto na região, a partir da metodologia desenvolvida pelo Sebrae, com base no Marco Legal de Indicações Geográficas.

## **2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS**

Conforme o Art. 176 da Lei de Propriedade Industrial, constitui Indicação Geográfica a Indicação de Procedência ou a Denominação de Origem.

### **2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA**

Conforme o Art. 177 da Lei de Propriedade Industrial, “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**

Outrossim, conforme o Art. 178 da Lei de Propriedade Industrial, “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 OS QUEIJOS DE CERES**

A obtenção do reconhecimento oficial de uma Indicação Geográfica, de acordo com a legislação brasileira, e a consequente proteção dessa, é uma estratégia importante para a preservação e valorização dos produtos típicos e diferenciados brasileiros.

Contudo, antes da busca desse reconhecimento oficial, é necessária a realização de um diagnóstico para verificar se uma determinada região tem a real possibilidade de ser protegida pelo registro da Indicação Geográfica.

Foi elaborada 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.

A metodologia compreende um questionário utilizado como roteiro de entrevista realizada por um especialista em IG junto aos produtores de uma região. A análise das respostas ao questionário junto com as informações coletadas em fontes secundárias, subsidiam aos especialistas para traçar um panorama da forma de produção de um produto específico na região em questão e, ao final, gerar indicadores qualitativos em relação aos requisitos para se proteger uma Indicação Geográfica.

O questionário está dividido em 2 grupos de questões – questões CRÍTICAS e questões ESTRUTURAIIS. As questões críticas são fundamentais para a verificação do real potencial da região que é objeto do diagnóstico ser reconhecida ou não como 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: *Ceres*

Produto (incluindo produtos derivados): *Queijos*

Municípios envolvidos: *Vale do São Patrício: Ceres, Goianésia, Ipiranga de Goiás, Itapaci, Jaraguá, Nova América, Nova Glória, Pilar de Goiás, Rialma, Rianópolis, Rubiataba, Santa Isabel, São Patrício e Vila Propício.*

Entidade coletiva: *Cada região do Vale possui uma associação.*

#### 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. Ainda não está atrelado a alguma região geográfica.*

#### 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?

*Sim, outras regiões possuem um sabor do queijo diferente. A qualidade do leite diferenciada pela alimentação do gado, além do solo fértil de Ceres, pastagem excelente e leite de qualidade, produz queijos deliciosos e o clima tropical.*

*Ceres é um polo de saúde, com várias especialidades médicas e várias universidades, cidade hospitaleira e muito acolhedora.*

### 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?

*Parecido com o queijo minas Frescal, o saber fazer veio de Minas Gerais. Os sabores dos queijos dos produtores são muito parecidos. A maioria faz queijo com leite cru. Tradição das mulheres prepararem o queijo logo após a saída do leite do curral, para aproveitar a temperatura do leite.*

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

*São produzidos manteiga, requeijão, doce de leite e queijo muçarela,*

**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.*

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

*Há mais de 60 anos.*

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

*A maioria dos produtores ainda não tem o SIM. Os produtores buscam o selo de qualidade, para obterem novos mercados.*

### **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.*

**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?

*Dentre as etapas, estão o cuidado com o gado, a ordenha, a fabricação do queijo e a venda na feira.*

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

*Não têm informação.*

### **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?

*O processo de produção é realizado no Vale do São Patrício. Com a criação da feira, reduziu o número de atravessadores, tendo a venda direta ao consumidor.*

*A Feira do Produtor Rural de Ceres e a Feira Livre de sábado são importantes focos de venda do queijo, em diferentes formas.*

**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?

*17 produtores foram certificados pela Rede Certifique, certificação de saberes. Identificaram os saberes e competência e deram curso de capacitação para corrigir as lacunas do método produtivo. Tentaram aperfeiçoar e padronizar com a Certificação Profissional para a Produção de Queijo.*

*A maioria do queijo produzido é padronizado, são bem parecidos os sabores dos queijos dos produtores.*

*A partir da certificação, o grupo criou uma identidade de produção.*

**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?

*17 produtores foram certificados pela Rede Certifique, certificação de saberes. Identificaram os saberes e competência e deram curso de capacitação para corrigir as lacunas do método produtivo. Tentaram aperfeiçoar e padronizar com a Certificação Profissional para a Produção de Queijo.*

**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?

*Com a criação da Feira do Produtor Rural de Ceres e da Feira Livre de Sábado, reduziu-se o número de atravessadores, tendo a venda direta ao consumidor.*

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

*Sim, dentre as instituições estão o Instituto Federal Goiano, SENAR, Sebrae, Prefeitura, EMATER e a Gerência de Desenvolvimento Rural.*

### **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.*

**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.*

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

*Não se aplica.*

### **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.*

**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.*

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

*Sim, há forte presença da população local nas feiras de quarta-feira.*

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

*Não.*

### **3.3.6. Critério Desempenho Econômico**

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

*Em torno de 120 produtores.*

**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?

*Nos últimos 10 anos a produção de queijo aumentou.*

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

*R\$15,00 cada peça vendida na feira com 700g.*

### **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.*

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

*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?

*Não se aplica.*

**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.*

**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.*

**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?

*Instituto Federal Goiano, EMATER, Universidade Federal de Goiás.*

### **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?

*Conseguir a Indicação Geográfica, legalizar os produtores, valorização do queijo e abrir mercado fora.*

*Conseguindo a certificação do SIM no município e Serviço de Inspeção Estadual fará que o queijo de Ceres chegue a horizontes maiores.*

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

*Obter o SIM. Incentivar os jovens a continuar com a atividade no campo.*

### 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.



NÃO ATENDE

ATENDE TOTALMENTE



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

#### 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 queijos ou que existam evidências que comprovem o vínculo com meio geográfico.

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

Orientamos para que a MC utilize-se de ferramentas para comprovar toda a rastreabilidade e especificidade de cada produto, oferecendo ao consumidor mais do 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.

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 produção de queijos buscando cumprir, preliminarmente, os seguintes desafios:

- a)** 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 produção de queijos 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.
- 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](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.