

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
DOUTORADO**

Manuel Fernandes Silva Souza

**Motivadores, Facilitadores e Barreiras para o Arranjo Produtivo
Local Decidir Pleitear Indicação Geográfica**

**São Caetano do Sul
2024**

MANUEL FERNANDES SILVA SOUZA

**Motivadores, Facilitadores e Barreiras para o Arranjo Produtivo
Local Decidir Pleitear Indicação Geográfica**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul como requisito para obtenção do título de Doutor em Administração.

Área de concentração: Gestão e Regionalidade

Orientador: Prof. Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira

Coorientador: Prof. Dr. Adalton Masalu Ozaki

Trabalho realizado com bolsa de estudo integral concedida pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS).

**São Caetano do Sul
2024**

FICHA CATALOGRÁFICA

Souza, Manuel Fernandes S.

Motivadores, Facilitadores e Barreiras para o Arranjo Produtivo Local Decidir Pleitear Indicação Geográfica. Manuel Fernandes Silva Souza. – 2024.

179 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira
Coorientador: Prof. Dr. Adalton Masalu Ozaki

Tese (doutorado) – Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Municipal de São Caetano do Sul. São Caetano do Sul - USCS, São Caetano do Sul, 2024.

1. Arranjo Produtivo Local. 2. Cafeicultura 3. Indicação Geográfica. 4. Teoria da decisão 5. Racionalidade I. Da Silveira, Marco A. P. II. Doutor em administração.

Reitor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Prof. Dr. Leandro Campi Prearo

Pró-reitora de Pós-graduação e Pesquisa

Prof.^a Dra. Maria do Carmo Romeiro

Gestor do Programa de Pós-graduação em Administração

Prof. Dr. Eduardo de Camargo Oliva

Tese de doutorado defendida em 17/12/2024 pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Prof. Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira (Orientador – Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Adalton Masalu Ozaki (Coorientador – Instituto Federal de São Paulo)

Prof. Dr. João Batista Pamplona (Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Renato Telles (Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Ilan Avrichir (Escola Superior de Propaganda e Marketing)

Prof. Dr. Roberto Giro Moori (Universidade Presbiteriana Mackenzie)

Dedico este trabalho à memória do meu pai, cuja ausência física se faz presente e cujas lições de integridade, sabedoria e força continuam a inspirar meus passos.

À minha mãe, pois as palavras escritas aqui carregam consigo a gratidão profunda por tudo que ela fez e faz por mim.

À minha esposa, companheira incansável, cujo amor e compreensão sustentaram-me nos momentos mais difíceis. Sem sua presença amorosa e confiança em mim, não teria sido possível perseverar.

À minha filha e a seu marido e ao meu filho e a sua esposa que trazem alegria e luz à minha vida e cuja força e parceria me enchem de orgulho, vocês são testemunhas do quanto a dedicação a um propósito pode transformar vidas.

Que este trabalho também inspire em vocês a busca constante pelo conhecimento, pela superação e pela realização de seus sonhos.

Agradecimentos

Agradeço

A Deus pela sabedoria, força e graça que me guia na vida e guiou em cada etapa desta jornada.

A todos os professores do PPGA, por compartilharem generosamente suas experiências e por dedicarem tempo e energia ao meu desenvolvimento acadêmico e, aos funcionários, por contribuírem com esta pesquisa.

Ao meu estimado orientador, Prof. Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira, um agradecimento especial por sua liderança sábia, paciência e capacidade de estimular a transformação de ideias fragmentadas em um trabalho coeso e relevante. Suas contribuições não foram apenas intelectuais, mas humanas. Muito Obrigado.

Ao meu coorientador, Prof. Dr. Adalton Masalu Ozaki, cuja expertise e atenção aos detalhes trouxeram uma dimensão essencial ao desenvolvimento desta pesquisa. Sua perspectiva crítica e enriquecedora ajudou com o rigor deste trabalho, enquanto suas observações sempre precisas contribuíram para a clareza e profundidade das análises. Minha mais sincera gratidão.

À Dra. Raquel Nakazato Pinotti, cuja dedicação e insights me ajudaram a expandir as fronteiras deste estudo. Seu conhecimento especializado e sua generosidade em compartilhar ideias foram inestimáveis para o sucesso desta tese e sua paixão pela pesquisa foi uma fonte constante de inspiração.

À Universidade Municipal de São Caetano do Sul, que me acolheu e me proporcionou um ambiente de excelência acadêmica e me concedeu uma bolsa de estudos, o que viabilizou a realização deste projeto, ofereço um agradecimento especial. Sou grato por fazer parte desta comunidade acadêmica, que tanto preza pela inovação e pelo rigor científico.

Finalmente, aos meus colegas de doutorado, verdadeiros companheiros de jornada. Nossas trocas de ideias, nossos debates, nossos momentos de dúvida e, principalmente, de apoio mútuo foram essenciais para que chegássemos juntos a este momento. Compartilho esta conquista com cada um de vocês, sabendo que nossa trajetória será marcada por esta valiosa experiência.

A todos, meu mais profundo e sincero muito obrigado.

Entre o estímulo e a resposta, há um espaço. Nesse espaço está nosso poder de escolher nossa resposta, nosso crescimento e nossa liberdade.

(Viktor Frankl, 1946, no livro *Man's Search for Meaning*)

SOUZA, Manuel Fernandes S. **Motivadores, Facilitadores e Barreiras para o Arranjo Produtivo Local Decidir Pleitear Indicação Geográfica.** Universidade Municipal de São Caetano do Sul. São Caetano do Sul, SP, 2024.

RESUMO

Os Arranjos Produtivos Locais (APLs) são entidades que reúnem produtores de uma região, constituindo-se numa governança que busca promover a cooperação e a aprendizagem conjunta. A Indicação Geográfica (IG) agrega valor e dá proteção legal e credibilidade ao produto de uma região. No Brasil, em 2021, existiam 839 APLs e 116 IGs e no Estado de São Paulo, em 2022, existiam 84 APLs e 7 IGs, sendo 6 da cafeicultura, importante setor produtivo para o Brasil e para o Estado de São Paulo. A IG valoriza o patrimônio e as tradições local e regional, oferece benefícios e proteção legal aos produtos dos APLs, o que suscitou a questão problema: se existem 839 APLs, porque apenas 116 IGs? O que leva um APL a tomar a decisão de solicitar IG? Este estudo exploratório teve seus dados obtidos de entrevistas semiestruturadas com gestores dos 6 APLs da cafeicultura (3 gestores dos APLs, 3 Substitutos Processuais das IGs) e especialistas ou pesquisadores dos órgãos INPI, MAPA, SDE-SP, SAA-SP, SEBRAE, IFSP, com o objetivo de identificar os elementos que podem ser utilizados na análise para a tomada de decisão nos APLs sobre obtenção de IG. As entrevistas permitiram identificar os Facilitadores, Motivadores e Barreiras para obtenção de IG, segundo a visão dos diferentes atores. Utilizando a teoria da decisão, que considera haver racionalidade limitada na tomada de decisão. O identificado nas entrevistas foi elaborado em um Mapa Estratégico para a Tomada de Decisões composto pelos elementos presentes no caminho para os gestores dos APLs decidirem pela busca de IG. Os principais facilitadores identificados foram a presença de apoiadores externos e a organização dos produtores. Os motivadores incluíram os benefícios e o desenvolvimento, enquanto as barreiras foram a formação da governança e o mercado comprador, levando à decisão favorável ou desfavorável pelo reconhecimento de IG.

Palavras-chave: Arranjo Produtivo Local. Cafeicultura. Indicação Geográfica. Teoria da decisão. Racionalidade.

SOUZA, Manuel Fernandes S. Motivators, Facilitators and Barriers for Local Productive Arrangement decide to apply for Geographical Indication.

Universidade Municipal de São Caetano do Sul. São Caetano do Sul, SP, 2024.

ABSTRACT

Local Production Arrangements (LPAs) are entities that bring together producers from a region, constituting a governance structure that seeks to promote cooperation and joint learning. Geographical Indication (GI) adds value and provides legal protection and credibility to the products of a region. In Brazil, in 2021, there were 839 LPAs and 116 GIs, and in the State of São Paulo, in 2022, there were 84 LPAs and 7 GIs, 6 of which were related to coffee growing, an important productive sector for both Brazil and the State of São Paulo. GI values local and regional heritage and traditions, offering benefits and legal protection to the products of the LPAs. This raised the question: if there are 839 LPAs, why are there only 116 GIs? What leads an LPA to decide to request a GI? This exploratory study obtained data from semi-structured interviews with managers of the 6 coffee-growing LPAs (3 LPA managers and 3 GI Procedural Substitutes) and experts or researchers from the INPI, MAPA, SDE-SP, SAA-SP, SEBRAE, and IFSP agencies. The aim was to identify the elements that can be used in the analysis for decision-making in the LPAs regarding obtaining a GI. The interviews allowed us to identify the Facilitators, Motivators, and Barriers to obtaining a GI, according to the views of the different actors. Using decision theory, which considers there to be limited rationality in decision-making, and the insights gained from the interviews, a Strategic Map for Decision-Making was prepared. This map is composed of the elements present in the path for the managers of the LPAs to decide to seek a GI. The main facilitators identified were the presence of external supporters and the organization of the producers. Motivators included benefits and development, while barriers were governance formation and the buyer market, leading to a favorable or unfavorable decision for GI recognition.

Keywords: Local Productive Arrangement. Coffee. Decision Theory. Geographical Indication. Rationality.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIC	Associação Brasileira da Indústria de Café
ACRISA	Associação dos Cafeicultores do Ribeirão do Santo Antônio
ALESP	Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo
AMSC	Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana
APL	Arranjo Produtivo Local
APLs	Arranjos Produtivos Locais
APROD	Associação dos Cafeicultores de Montanha de Divinolândia
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BSCA	<i>Brazil Specialty Coffee Association</i>
CET	Caderno de Especificações Técnicas
COCAMPI	Conselho do Café da Mogiana de Pinhal
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
CONGARÇA	Conselho do Café da Região de Garça
CPAPD	Comitê Permanente de Aprimoramento dos Procedimentos e Diretrizes de Exame de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas
DO	Denominação de Origem
DOP	Denominação de Origem Protegida
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
ETT	Escritórios de Transferência de Tecnologia
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
FTRIG	Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica
IAC	Instituto Agrônomo de Campinas
IBC	Instituto Brasileiro do Café
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICO	<i>International Coffee Organization</i>
ICT	Instituições Científicas e de Inovação Tecnológica
IEP	Instituição de Ensino e Pesquisa
IFSP	Instituto Federal de São Paulo
IG	Indicação Geográfica
IGs	Indicações Geográficas
IGP	Indicação Geográfica Protegida
IN	Instrução Normativa

INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedência
LPI	Lei de Propriedade Intelectual
MAPA	Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviço
MIG	Manual de Indicações Geográficas
NIT	Núcleos de Inovação Tecnológica
NEs	Núcleos Estaduais de Apoio a APLs
OECD	<i>Organization for Economic Co-operation for Development</i>
OMC	Organização Mundial do Comércio
RPI	Revista de Propriedade Intelectual
SAA-SP	Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo
SCAA	<i>Specialty Coffee Association of America</i>
SDE-SP	Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TD	Teoria da Decisão
TH	Tríplice Hélice
TRIPS	<i>Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights</i>
UFLA	Universidade Federal de Lavras
WIPO	<i>World Intellectual Property Organization</i>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxo da revisão da literatura	26
Figura 2 - Ambientes para a tomada de decisão.....	39
Figura 3 - Comportamento do decisor.....	43
Figura 4 - Requisitos para a tomada de decisão	46
Figura 5 - Códigos, categorias e temas: teoria da decisão	49
Figura 6 - Tipos de Indicação Geográfica	55
Figura 7 - IG na cafeicultura: Motivadores.....	63
Figura 8 - IG na cafeicultura: Facilitadores.....	67
Figura 9 - IG na cafeicultura: Barreiras	68
Figura 10 - Inclusão dos códigos IG na cafeicultura.....	71
Figura 11 - Regiões da cafeicultura no Brasil e IGs	84
Figura 12 - Códigos da categoria motivadores derivados da pesquisa	106
Figura 13 - Códigos da categoria facilitadores derivados da pesquisa	110
Figura 14 - Códigos da categoria barreiras derivadas da pesquisa	113
Figura 15 - Comparativo entre a teoria e a pesquisa	117
Figura 16 - Mapa estratégico para a tomada de decisão	133

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Elementos do ambiente de decisão	40
Quadro 2 - Elementos do comportamento do decisor	44
Quadro 3 - Elementos dos requisitos para a decisão	47
Quadro 4 - Códigos dos Motivadores IG	64
Quadro 5 - Códigos dos Facilitadores IG	67
Quadro 6 - Códigos das Barreiras IG	69
Quadro 7 - Tese, questão problema, objetivos, métodos e teoria	74
Quadro 8 - Síntese dos roteiros de entrevistas	75
Quadro 9 - Fases da coleta de dados: documental e campo	76
Quadro 10 - Papéis dos participantes da pesquisa	78
Quadro 11 - APLs com e sem IG da cafeicultura paulista	85
Quadro 12 - Regiões da cafeicultura paulista com IG	87
Quadro 13 - Atores e códigos da categoria motivadores	107
Quadro 14 - Atores e códigos da categoria facilitadores	111
Quadro 15 - Atores e códigos da categoria barreiras	114

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	18
1.1	Questão problema	20
1.2	Objetivos da pesquisa.....	20
1.2.1	Geral	21
1.2.2	Específicos	21
1.3	Delimitação do estudo	21
1.4	Justificativa e relevância do estudo	21
1.5	Organização do trabalho.....	23
1.6	Contribuições esperadas	24
1.6.1	Para a prática	24
1.6.2	Para a teoria	24
2	REVISÃO DA LITERATURA.....	25
2.1	Visão geral do Arranjo Produtivo Local.....	27
2.1.1	Importância dos Arranjos Produtivos Local.....	31
2.2	Breve histórico da teoria da decisão	32
2.3	Teoria da decisão no contexto do Arranjo Produtivo Local.....	34
2.3.1	Revisão da literatura da teoria da decisão	35
2.3.2	Procedimento de busca: teoria da decisão	37
2.3.3	Ambientes de tomada da decisão.....	38
2.3.4	Comportamento para a tomada de decisão.....	42
2.3.5	Requisitos para a tomada de decisão.....	45
2.3.6	Códigos e categorias da teoria da decisão	48
2.4	Visão Geral da Indicação Geográfica	49
2.4.1	Indicação Geográfica no Brasil	52
2.4.2	Registro da Indicação Geográfica no Brasil.....	55
2.4.3	Importância da cafeicultura no Brasil.....	58
2.4.4	Revisão da literatura da Indicação Geográfica na cafeicultura	60
2.4.5	Procedimento de busca: Indicação Geográfica na cafeicultura	62
2.4.6	Motivadores para a tomada de decisão	63
2.4.7	Facilitadores para a tomada de decisão	67
2.4.8	Barreiras para a tomada de decisão	68

2.4.9	Códigos obtidos da literatura da IG na cafeicultura	71
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	72
3.1	Abordagem da pesquisa	72
3.2	Tipo de pesquisa, instrumentos e procedimentos de coleta de dados	73
3.2.1	Instrumento de coleta de dados.....	73
3.2.2	Procedimentos de coleta de dados.....	76
3.3	Participantes da pesquisa.....	78
3.4	Tratamento e análise de dados	81
4	RESULTADOS	84
4.1	Lócus da pesquisa	84
4.2	Unidades de análise	86
4.2.1	APL com reconhecimento de IG	86
4.2.1.1	Alta Mogiana APL com IG	87
4.2.1.2	Pinhal APL com IG	91
4.2.1.3	Garça APL com IG	94
4.2.2	APL sem reconhecimento de IG	97
4.2.2.1	Caconde APL sem IG.....	97
4.2.2.2	Divinolândia APL sem IG.....	99
4.2.2.3	São Sebastião da Grama APL sem IG	101
4.3	Caracterização dos respondentes da pesquisa	103
4.4	Resultados obtidos e análises	105
4.4.1	Pesquisa de campo: motivadores da tomada de decisão.....	105
4.4.2	Pesquisa de campo: facilitadores da tomada de decisão	109
4.4.3	Pesquisa de campo: barreiras da tomada de decisão	112
5	DISCUSSÃO	119
5.1	Porque o interesse pelo reconhecimento da IG dos produtores brasileiros, organizados em APL, ainda é tímido?	119
5.2	Como e por que os motivadores favorecem a tomada de decisão?	120
5.3	Como e por que os facilitadores associados aos motivadores potencializam a tomada de decisão?	123
5.4	Como e por que as barreiras contribuem para tomada de decisão desfavorável?	
	125	
5.5	Contribuições práticas	132
5.5.1	Decisão favorável	134

5.5.2	Decisão desfavorável.....	134
5.6	Contribuições teóricas	135
6	CONCLUSÕES	137
	REFERÊNCIAS.....	142
	Apêndice A - IGS Nacionais e Internacionais Registradas no Brasil	157
	Apêndice B - Instituto Federal de São Paulo e SEBRAE	160
	Apêndice C - Roteiros para Entrevistas	164
	Anexo A - Lista dos APLS Reconhecidos do Estado de São Paulo	179

1 INTRODUÇÃO

Distrito industrial, termo cunhado por Marshall (1890), existente na Itália nas décadas de 50 e 60, relacionado com o alto desempenho produtivo das empresas e associado ao crescimento econômico, competitividade e desenvolvimento social inspirou a formação dos Arranjos Produtivos Locais (APLs) no Brasil.

Na década de 90, o governo federal, com o propósito de fomentar o desenvolvimento econômico e social em diversas regiões do país, instituiu Programa de Apoio aos Arranjos Produtivos Locais (PA-APL) e estes, então, fazem parte das políticas. O governo do Estado de São Paulo em 2009 publica o decreto n. 54.654 que autoriza convênios com municípios e entidades e institui o Programa Estadual de Fomento aos Arranjos Produtivos Locais, visando o desenvolvimento regional e redução das desigualdades.

Aquele decreto delega à Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo (SDE-SP) a responsabilidade pela avaliação e reconhecimento dos APLs, os define como aglomerados produtivos de empresas ou produtores de um setor específico e o PA-APL regulamenta a emissão dos editais para reconhecimentos dos APLs.

Do ponto de vista jurídico, o APL não é uma forma de pessoa jurídica determinada por um contrato e sim um aglomerado de empresas, objetivando o desenvolvimento sustentável das empresas e desenvolvimento econômico e social das regiões (Castro, 2009), definido pelo BNDES como aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais – com foco em um conjunto específico de atividades econômicas.

O reconhecimento requer que a entidade gestora do APL atenda aos requisitos do edital da SDE-SP que, ao reconhecê-los, classifica-os em um dos níveis de maturidade: aglomerado, em desenvolvimento, consolidado ou maduro, qualificando-os para apresentarem seus projetos e participarem da seleção, estando presentes em 22 (vinte e dois) Estados do Brasil.

Ainda na Idade Média, produtos valorizados por suas qualidades únicas e produzidos em certas regiões da Europa foram reconhecidos precocemente como Indicação Geográfica (IG) pela necessidade de proteger e dar identidade aos produtos originários daquelas regiões. O conceito ganhou forma legal, evoluiu e se espalhou pelo mundo (Almeida *et al.*, 2014; Bruch; Vieira, 2016; Rizo; Frigant; Ghetu, 2021).

A instituição IG foi reconhecida por vários acordos internacionais (Convenção de Paris, 1883; Acordo de Madri, 1891; Acordo de Lisboa, 1958; Acordo TRIPS, 1994) para harmonização das normas e procedimentos de reconhecimento e proteção das IGs e para cooperação e minimização de divergências e conflitos entre os países membros.

Esses acordos definem as indicações geográficas como a identificação de um produto como originário do território de um país membro, ou mesmo de uma região ou localidade desse território, desde que seja determinada a qualidade, reputação ou outra característica do produto, derivada da sua origem geográfica, e visam harmonizar as normas e os procedimentos para o reconhecimento e a proteção das IGs, facilitando a cooperação entre os países membros, minimizando as divergências e os conflitos.

O Governo brasileiro, em sintonia com os acordos internacionais para proteger o patrimônio material e cultural dos produtores que estejam nas regiões com IG, passa a entender a IG como componente da estratégia competitiva que agrega valor e credibilidade ao produto, serviço e à marca (Dallabrida, 2020) e, em 14 de maio de 1996, promulga a Lei da Propriedade Intelectual (LPI n. 9.279).

A lei esclarece que a IG é um sinal distintivo não registrável como marca, estabelece os fundamentos legais para a proteção e o reconhecimento e delega, conforme o artigo 128, ao INPI a responsabilidade pelo reconhecimento das IGs nacionais e internacionais no Brasil, dando, ao requerente, conhecido como Substituto Processual (associações, sindicatos, entidades representativas ou profissionais legalmente constituídos), que atenda aos requisitos legais, o direito de fazer a solicitação do reconhecimento.

Existem mais de 10 mil indicações geográficas registradas no mundo, abrangendo diversos produtos agrícolas, alimentícios, artesanais e industriais, representando valorização econômica, social e cultural das regiões produtoras.

Os APLs e IGs têm denominações e função diferentes, mas com mesmo objetivo, desenvolvimento local e regional. Os dados do MDIC apontaram em 2021 a existência de 839 APLs, distribuídos em 2.580 municípios brasileiros, abrangendo 40 setores produtivos, gerando 3.058.244 empregos (Brasil, 2021b), recebendo apoio de instituições públicas e privadas, oferecendo serviços e soluções, atuando em rede e em diversos segmentos de mercado com 84 deles no Estado de São Paulo, distribuídos em 26 cidades sede (Anexo A).

No mesmo período, dos 839 APLs existentes, o Brasil tinha 116 registros de IG nacionais (88 IPs e 28 DOs) e 10 registros de IGs internacionais, somente DO (INPI, 2024). Desses 116 registros, 7 eram do tipo IP e estavam no Estado de São Paulo: 3 (três) da cafeicultura (Alta Mogiana, Região de Pinhal e Garça); 2 (dois) do setor calçadista (Franca, calçado masculino e Birigui, calçado infantil), 1 (um) do setor de cerâmica artística (Porto Ferreira) e 1 (um) do setor agrícola, uvas rosadas (Jundiaí).

A organização dos produtores para atender à formação do APL ou para o processo de reconhecimento IG envolve diversos atores (órgãos dos governos, universidades, associações, sindicatos e outros) que podem influenciar as decisões coletivas das suas entidades, decidindo em um ambiente de incertezas e riscos. A Teoria da Decisão guiou o estudo da tomada de decisão influenciando uma racionalidade que leva em conta não apenas os interesses individuais dos produtores, mas o potencial impacto coletivo para a região e para a cultura local.

Diante da tese – existem motivadores, facilitadores e barreiras no processo de tomada de decisão dos APLs que possibilitem uma tomada de decisão eficaz para pleitearem o reconhecimento IG –, a questão problema e os objetivos estão na subseção seguinte.

1.1 Questão problema

Tendo em vista os dados a serem apresentados pelo MDIC e a exigência de entidade formalizada (associação, sindicato, cooperativa) – representada por uma pessoa física conhecida como substituto processual, sendo ela reconhecida ou não como APL para que seja feita a solicitação de registro do APL –, surge a questão problema: Por que somente 116 IGs, se existem 839 APLs estruturados, tendo eles entidade gestora formalizada?

Entender o interesse ainda tímido dos produtores organizados em APL pelo reconhecimento da IG determinou os objetivos da pesquisa.

1.2 Objetivos da pesquisa

Para a obtenção das respostas e a compreensão da dinâmica dos APLs e das IGs da cafeicultura do Estado de São Paulo, os objetivos foram divididos em geral e específicos.

1.2.1 Geral

Investigar os motivadores, facilitadores e barreiras que influenciam a decisão dos produtores de APLs por pleitearem o reconhecimento de Indicação Geográfica.

1.2.2 Específicos

- a) Identificar os atores que contribuem com o processo de obtenção de IG por APLs da cafeicultura paulista;
- b) Identificar os motivadores, facilitadores e barreiras para que um APL decida pleitear o reconhecimento IG;
- c) Criar um mapa estratégico para a tomada de decisão em APL por pleitear o reconhecimento IG.

1.3 Delimitação do estudo

Este estudo envolve APLs e IGs do Brasil, porém focado no setor cafeeiro do Estado de São Paulo, devido à importância e à relevância da cafeicultura para o Brasil e para o Estado que possui 84 APLs reconhecidos pela SDE-SP, abrangendo diversos segmentos e 7 IGs reconhecidas pelo INPI.

Dos 84 APLs, 7 estão no Estado de São Paulo e, destes 7 APLs, 6 deles são da cafeicultura, portanto, este estudo está delimitado por estes 6 APLs: três localizados nas regiões de Caconde, Divinolândia e São Sebastião da Gramma e que ainda não obtiveram o reconhecimento de IG e os outros três localizados nas regiões Alta Mogiana, Pinhal e Garça, com reconhecimento de IG obtido nos anos 2013, 2016 e 2022, respectivamente.

1.4 Justificativa e relevância do estudo

O reconhecimento de IG oferece a oportunidade de valorização econômica dos produtos associados à região, potencializando sua competitividade no mercado global, uma vez que mercados estrangeiros muitas vezes reconhecem certificados de

origem, o que coloca a IG como um facilitador do comércio internacional dos produtos daquela região (Silva *et al.*, 2013).

Esse reconhecimento é particularmente relevante no setor cafeeiro paulista que já possui uma posição de destaque internacional e pode preservar as práticas tradicionais, o conhecimento acumulado ao longo de gerações, o patrimônio cultural e a identidade local, servindo como diferencial, também no mercado nacional, por criar um valor simbólico para os consumidores que valorizam produtos com autenticidade e origem garantida.

Na direção da proteção do patrimônio e desenvolvimento socioeconômico local e regional estão países, estados e regiões com seus governos criando mecanismos que facilitam a atuação conjunta de órgãos do governo, universidades, empresas e produtores para criarem APLs e obterem reconhecimento de IG, garantindo proteção legal contra atos de má fé, contrafação ou fraude e possibilitando valorização das propriedades, aumento do turismo e prosperidade.

O Brasil tinha, em 2021, 839 APLs identificados pelo MDIC (Brasil, 2021b), distribuídos nos 2.580 municípios de todas as regiões do país, envolvendo 40 setores produtivos, gerando 3.058.244 empregos e, apenas, 116 IGs reconhecidas pelo INPI (2022), sendo 116 nacionais (88 IP e 28 DO) e 10 internacionais (todas DO) e o Estado de São Paulo tem, atualmente, 84 APLs, abrangendo, aproximadamente, 26 cidades sede (São Paulo, 2022; Observatório APL, 2023) e 7 IGs: 3 do café, 1 do calçado masculino, 1 do calçado infantil e 1 da uva Niagara rosada (INPI, 2024).

Um estudo dos APLs da cafeicultura paulista (cultura relevante para o país e para o Estado) para pleitearem reconhecimento de IG do café ganha relevância num momento em que o desenvolvimento da tendência de consumo de café é rápido e dinâmico e a cultura de consumo é impulsionada por um modelo de consumo de café com melhor qualidade, tornando-se uma tendência popular e construindo nova cadeia de abastecimento (Purnomo *et al.*, 2019).

Purnomo *et al.* (2019) complementa que, na nova cadeia de abastecimento, o café deixa de ser um negócio que envolve o controle como terra, capital e tecnologia para controlar os meios de produção e inserir os produtos no comércio global, sendo a IG uma alternativa estratégica para o produtor proteger a singularidade do ambiente onde o café é produzido, bem como as suas características culturais.

Existem no Brasil 35 regiões produtoras de café e, delas, apenas 16 IGs (INPI, 2024), das quais 3 (três) estão no Estado de São Paulo, envolvendo diversos atores:

governos, universidades, produtores, empresas, sociedade civil e outros, numa região produtora de café responsável por aproximadamente 15% da produção nacional, o que pode apresentar resultados significativos para que os APLs de outras regiões com alguma organização sejam estimulados a obter o reconhecimento IG.

1.5 Organização do trabalho

Incluindo a introdução, este trabalho é composto por 6 (seis) capítulos mais as referências, apêndices e anexo, distribuídos numa sequência evolutiva dos conteúdos resultando na integralização da tese.

No Capítulo 2, dedicado à revisão da literatura, inicialmente são apresentados os históricos dos APLs e seus conceitos; histórico da cafeicultura, adicionado para contextualizar o ambiente desta tese e a diferenciação entre IG e APL para no item seguinte apresentar o procedimento de revisão da literatura, assim como a integração dos conhecimentos provenientes da teoria da decisão e da literatura sobre IG da cafeicultura.

A teoria da decisão enfatiza os ambientes de decisão, o comportamento na tomada de decisões, os requisitos necessários para esse processo, além da definição dos códigos e categorias envolvidos e foi adicionada a literatura da Indicação Geográfica, histórico e Indicação Geográfica no Brasil; Indicação de Procedência, Denominação de Origem e registro de Indicação Geográfica no Brasil; Indicação Geográfica e a cafeicultura; procedimento de busca; conceitos e correlações entre Indicações Geográficas e Arranjos Produtivos Locais; Códigos da literatura e resultados da revisão da literatura.

O Capítulo 3 aborda os procedimentos metodológicos, descreve a abordagem qualitativa de natureza exploratória da pesquisa em APLs da cafeicultura paulista sem IG e APLs com IG, cujo instrumento de coleta de dados é composto por roteiros de entrevista adaptados para cada um dos entrevistados (INPI, MAPA, SDE-SP, SAA-SP, SEBRAE, gestores dos APLs e substituto processual das IGs) a partir do procedimento de coleta de dados.

O Capítulo 4, apresenta o lócus da pesquisa, as unidades de análise, os resultados obtidos e as análises.

O Capítulo 5 trata da discussão sobre o interesse dos produtores em obter o reconhecimento de IG e do como e o porquê de os motivadores favorecerem a tomada

de decisão; do como e o porquê de os facilitadores associados aos motivadores potencializarem a tomada de decisão e do como e o porquê de as barreiras contribuírem para a tomada de decisão desfavorável complementada pelas contribuições práticas e teóricas.

O Capítulo 6 aborda as conclusões, limitações da pesquisa e proposta de pesquisas futuras.

1.6 Contribuições esperadas

1.6.1 Para a prática

Criação de mapa que auxilie os produtores de APLs de outros setores e regiões a visualizarem a gestão do processo decisório coletivo, oferecendo um recurso útil para aprimorar a coordenação e a eficácia da decisão favorável ou desfavorável a pleitear o reconhecimento de IG em contextos similares.

1.6.2 Para a teoria

As decisões em APLs são tomadas em um contexto de cooperação e interação entre múltiplos atores e, ao investigar os motivadores, facilitadores e barreiras específicas, poderão ser salientados os fatores contextuais que influenciam e moldam o processo decisório em APLs, cujas decisões são tomadas coletivamente. As conclusões podem colaborar com a racionalidade limitada ao apresentar os elementos que influenciam a tomada da decisão naqueles APLs.

2 REVISÃO DA LITERATURA

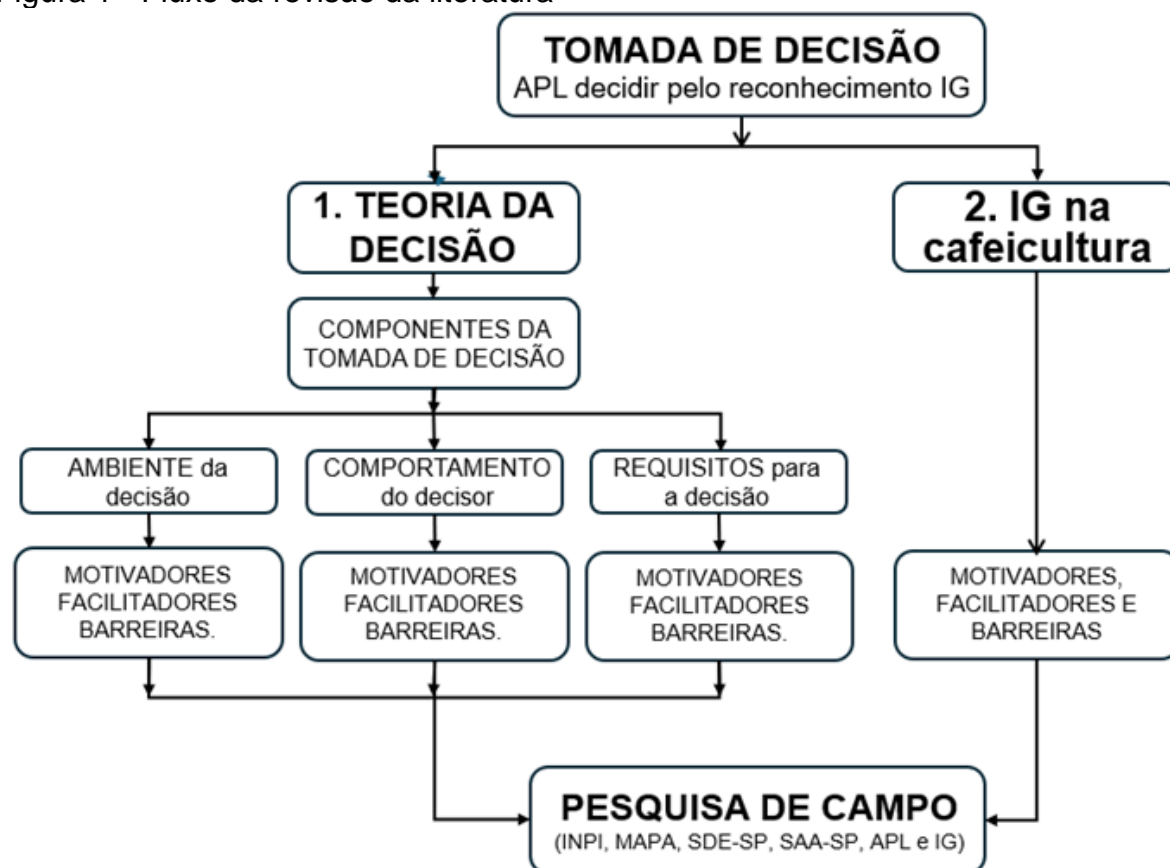
A base teórica da pesquisa apresenta as características, fatores e definições que compõem Arranjos Produtivos Locais (APLs) e os elementos motivadores, facilitadores e barreiras existentes no processo decisório dos APLs que possibilitam a tomada decisão por pleitearem o reconhecimento de Indicação Geográfica (IG), seja favorável ou desfavorável,

Como os APLs têm se destacado no cenário nacional por proporcionarem desenvolvimento local e regional, a IG, por ser uma das formas de proteção da propriedade intelectual e um importante instrumento de valorização, desenvolvimento e reconhecimento da região produtora, se fez necessário reunir estudos e teoria que amparassem esses dois temas e avançar no entendimento da tomada de decisão.

Os APLs e as IGs podem existir em territórios compostos por empresas ou por produtores rurais, porém este estudo está focado na cafeicultura. Dessa forma, este capítulo apresenta uma visão geral dos APLs; breve histórico e revisão da literatura da Teoria da Decisão; visão geral e revisão da literatura da Indicação Geográfica na cafeicultura e uma síntese da cafeicultura no Brasil.

A revisão da literatura da Teoria da Decisão (Simon, 1957; Kahneman, 1974) foi estimulada a partir da leitura do livro *Behavioral Decision Theory: Psychological and Mathematical Descriptions of Human Choice Behavior* de Kazuhisa Takemura (2014). Por abordar uma variedade de estudos importantes e relativamente recentes, relacionados à teoria da decisão, foi conduzida em duas etapas, conforme a Figura 1.

Figura 1 - Fluxo da revisão da literatura



Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

As etapas apresentadas na Figura 1 correspondem à revisão da teoria da decisão e à revisão da literatura sobre IG na cafeicultura. Na etapa 1 o objetivo era identificar os componentes da tomada de decisão e, neles, os respectivos motivadores, facilitadores e barreiras. Na etapa 2, o objetivo era identificar os motivadores, facilitadores e barreiras existentes na literatura da IG.

As revisões da literatura da teoria da decisão e da IG na cafeicultura foram feitas com metodologias similares e objetivos convergentes, possibilitando que os elementos motivadores, facilitadores e barreiras da tomada de decisão identificados nas duas revisões sejam os subsídios para a pesquisa de campo, para a análise dos resultados e para as contribuições.

Tanto para revisão da literatura da teoria da decisão quanto para a literatura da IG na cafeicultura, foram realizadas buscas na base de dados *Web of Science* com o propósito de localizar trabalhos científicos publicados entre 2014-2024. As análises dos artigos selecionados foram feitas com o auxílio do software Atlas.ti, 2024, versão 24.1.1.30813.

A organização deste capítulo se deu desta forma porque, ao analisar a teoria da decisão que ilumina a trajetória do estudo, não foram encontrados elementos da tomada de decisão em APLs que pleiteiam ou pleitearam reconhecimento IG, possivelmente porque a decisão em APLs seja coletiva e envolva outros elementos ainda não estudados.

2.1 Visão geral do Arranjo Produtivo Local

Os Arranjos Produtivos Locais têm similaridade com os distritos industriais que surgiram na Itália nas décadas 1950 e 1960, caracterizados pela alta performance produtiva, associada ao crescimento econômico, competitividade e desenvolvimento social derivado das redes de micro, pequenas e médias empresas que estavam associadas à crescente expansão e integração dos mercados mundiais, a uma dinâmica territorial particular, produção especializada e baseada na constituição de sinergias e estrutura socioinstitucional existente na região (Silva, 2002, p. 254).

Distrito industrial foi um termo cunhado por Marshall (1890) naquela época e que segue evoluindo no mundo, até os dias de hoje, com as experiências de desenvolvimento local baseadas na cooperação entre agentes econômicos e sociais em diferentes países, portanto, os distritos industriais são uma forma de cluster por terem concentração de empresas em uma área geográfica, muitas vezes focadas em um setor específico, que colaboram e competem entre si (OECD, 2005; Lastres *et al.*, 1999; Silva, 2007).

A OECD (2005) destaca que os clusters referem-se a grupos de empresas interconectadas e instituições relacionadas a um segmento particular com fornecedores, fabricantes, empresas de serviços e instituições educacionais localizadas próximas umas das outras, que colaboram e competem, levando a uma maior inovação e eficiência empresarial, facilitada pela proximidade geográfica e interconexão entre os atores.

Distritos industriais e clusters estavam relacionados ao desenvolvimento econômico local e à promoção de empresas e, mais recentemente, têm sido reconhecidos por sua capacidade de impulsionar a inovação, a competitividade e o emprego, caracterizados por serem “aglomeração de empreendimentos de uma mesma atividade produtiva em uma determinada região geográfica” e que têm muitas

denominações e ênfases, dentre elas, Arranjo Produtivo Local, Sistema Produtivo Local ou Cadeia Produtiva Local (Abrucio, Sano; Sydow, 2010).

A partir da década de 1990, os conceitos de distrito industrial e de cluster inspiraram a formação dos Arranjos Produtivos Locais no Brasil e o governo federal brasileiro, com o objetivo de fomentar o desenvolvimento econômico e social em diversas regiões do país, instituiu, em 2 de Agosto de 2004, o Programa de Apoio aos Arranjos Produtivos Locais, por meio da Portaria Interministerial nº 200, assinada pelos Ministros do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Orçamento e Gestão, da Ciência e Tecnologia e da Integração Nacional.

Como não se formam sozinhos, a adoção generalizada do termo levou à inclusão dos APLs, como prioridade formalizada nos Planos Plurianuais desde 2000, no Plano Nacional de Ciência Tecnologia e Inovação entre 2007 e 2010 e, também, na Política de Desenvolvimento Produtivo entre 2008 e 2013, estando presentes até os dias atuais (Observatório de APL, [s.d.]).

Após a criação do Programa de APLs pelo Governo Federal, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) tem adotado o APL como parte da política industrial brasileira e os define como:

Aglomerações de empresas e empreendimentos, localizados em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva, algum tipo de governança e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com os outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa (Brasil, 2021b).

Desde então, os APLs têm sido objetos de políticas públicas com difusão rápida no Brasil, substituindo termos afins nas agendas políticas e as articulações de apoio às atividades produtivas com foco no território passaram a ser organizadas em todo o país com iniciativas federais, estaduais, municipais e esforços privados, destacando a atuação dos bancos, públicos e privados que reconhecem a importância da disponibilização de crédito para os APLs (Abrucio; Sano; Sydow, 2010).

Os esforços contribuíram para que o termo fosse adotado além da esfera pública federal, estimulando a criação dos Núcleos Estaduais de Apoio a APLs (NEs) em cada uma das Unidades da Federação, além de iniciativas privadas de organismos de representação empresarial e de agências internacionais (Oliveira; Martinelli, 2014; Observatório de APL, [s.d.]).

Os NEs foram instalados nas 27 unidades da federação com o propósito de envolver as instituições estaduais para estimular e comprometer as lideranças dos

APLs nos processos de desenvolvimento e nas articulações institucional e empreendedora, dando-lhes como atribuições articular as governanças dos APLs numa lógica de planejamento do processo de desenvolvimento, articular soluções estaduais e interagir com as instituições de nível federal para encaminhamento das demandas dos APLs (Oliveira; Martinelli, 2014; Observatório de APL, 2023).

Naquele contexto, em 7 de agosto de 2009, o governo do Estado de São Paulo publicou o Decreto nº 54.654 instituindo o Programa Estadual de Fomento aos Arranjos Produtivos Locais com os objetivos de desenvolvimento regional e redução das desigualdades regionais do estado. Esse decreto autoriza a celebração de convênios com municípios e entidades, regulamentando a transferência de recursos financeiros para o incremento das cadeias produtivas formalmente constituídas (São Paulo, 2009).

O Arranjo Produtivo Local foi definido no decreto como aglomeração num mesmo território de micros, pequenas e médias empresas de um mesmo setor ou de mesma cadeia produtiva com estrutura de governança comum caracterizada por cooperação entre si e com entidades públicas e privadas. O decreto nomeou:

- A Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo (SDE-SP) como a executora do Programa Estadual de Fomento aos Arranjos Produtivos Locais; e
- A Rede Paulista de Arranjos Produtivos Locais como a coordenadora, composta por representantes do governo do Estado, SEBRAE, FIESP e de outras entidades atuantes diretamente nos APLs paulistas.

Cabe-lhes: identificar, apoiar, dar suporte, controlar, acompanhar e avaliar o programa. Dessa forma, a SDE-SP é a responsável pelo reconhecimento dos APLs do Estado de São Paulo e, alinhada ao conceito do MDIC, conceitua os APLs como:

Conjunto de participantes em tarefas de aglomerações produtivas compostas por empresas ou produtores de setor específico: fornecedores, centros de pesquisa, agentes do governo, instituições do terceiro setor, universidades e demais entidades privadas ou públicas com governança que permita evidenciar as relações de cooperação, trocas e aprendizados ocorridos no espaço geográfico constituído pelo agrupamento, demonstrando a capacidade de promover o desenvolvimento local, estabelecendo parcerias e compromissos para manter e especializar os investimentos de cada um dos agentes no arranjo e seu entorno (São Paulo, 2022).

A possível concessão do fomento aos APLs do Estado de São Paulo se inicia mediante a publicação de edital pela SDE-SP e as empresas ou produtores, organizados em associações, sindicatos ou outra entidade legalmente reconhecida,

formam o APL, vislumbrando, a partir da atuação conjunta, a obtenção dos benefícios, crescimento individual e desenvolvimento local, daí apresentam à SDE-SP proposta que atenda aos requisitos do edital.

O APL é classificado pela SDE-SP por um dos níveis de maturidade: aglomerado, em desenvolvimento, consolidado ou maduro, para tal a entidade gestora do APL deve apresentar documentação e projeto em conformidade com os requisitos do edital (anexos, preceitos legais e regulamentares em vigor), com destaque para:

- Aderência às políticas de desenvolvimento econômico e regional do Estado;
- A entidade representativa do APL ser reconhecida ou cadastrada no Programa de Fomento aos APLs Paulistas;
- Fidedignidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados nas fases do processo.

O atendimento aos requisitos do edital e a definição do nível de maturidade qualifica o APL para a obtenção dos recursos com nível de controle proporcionais ao seu nível de maturidade reconhecido.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que oferece serviços de capacitação e consultoria aos APLs, os classificou de acordo com as características dos setores econômicos e dos territórios onde estão localizados em:

- APLs produtivos: aqueles em que a produção de bens e serviços é a atividade central (exemplos: confecções, calçados, móveis, alimentos);
- Tecnológicos: aqueles em que as atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação são o foco (exemplos: APLs de tecnologia da informação, biotecnologia, nanotecnologia);
- Turísticos: aqueles que se baseiam no setor de serviço como atividade principal (exemplos: turismo rural, ecoturismo, turismo de aventura).

As empresas e os produtores, uma vez organizados em APLs, podem usar os conhecimentos obtidos de seus fornecedores de máquinas, equipamentos, materiais, componentes ou softwares, clientes, concorrentes e das universidades (Sherwood; Covin, 2008; Perkmann; King; Pavelin, 2011; Perkmann *et al.*, 2013), portanto, do ponto de vista jurídico, o SEBRAE entende que o APL não é uma forma de pessoa jurídica determinada por um contrato e sim um aglomerado de empresas, objetivando

o desenvolvimento sustentável das empresas e desenvolvimento econômico e social das regiões (Castro, 2009).

O BNDES, por meio de programas com linhas de financiamento voltados para inovação, competitividade, sustentabilidade e inclusão produtiva, apoia os APLs, e os define como aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais – com foco em um conjunto específico de atividades econômicas – que apresentam vínculos, mesmo que incipientes, como participante do Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais (GTP APL) que é o fórum interinstitucional articulador das ações do Governo Federal para o fortalecimento dos APLs (Kapron, 2014).

2.1.1 Importância dos Arranjos Produtivos Local

Com estrutura similar à dos distritos industriais e clusters, os APLs têm potencial de promover o desenvolvimento econômico local, aumentar a competitividade e fortalecer a cooperação entre os atores locais (Belletti; Marescotti; Touzard, 2015) e envolvem agentes econômicos, sociais e políticos para o desenvolvimento social (Justen; Paes-de-Souza, 2017; Tizziotti; Truzzi, 2019).

O envolvimento do conjunto significativo de empresas, agentes econômicos, políticos e sociais, atuando na mesma atividade com especialização produtiva e vínculo de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais (governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa), constituem sistemas locais de produção e inovação (Cassiolato; Lastres, 2003) e destacam as relações interorganizacionais, instituições locais, cultura e identidade territorial como elementos importantes para o desenvolvimento local e regional (Oliveira; Martinelli, 2014).

Estudos teóricos e empíricos, da década de 1970, que privilegiavam a perspectiva acadêmica em suas publicações em comparação com a visão empresarial, já indicavam a importância da interação entre os atores da cadeia produtiva dos APLs (Costa Neto, 2017).

Atualmente, eles estão presentes em 22 (vinte e dois) Estados do Brasil, tendo como norteadores da sua formação, exatamente, o desenvolvimento regional e local, o que os torna relevantes por apresentarem resultados concretos e expressivos para suas regiões, observados em termos de: geração de emprego e renda, diversificação

da estrutura produtiva, aumento da qualidade e da produtividade, redução dos custos de produção e de transação, ampliação dos mercados internos e externos e fortalecimento das capacidades tecnológicas e gerenciais, entre outros (Kapron, 2014).

O MDIC identificou 839 APLs distribuídos em 2.580 municípios brasileiros, abrangendo 40 setores produtivos, gerando 3.058.244 empregos (Brasil, 2021b), recebendo apoio de instituições públicas e privadas que atuam em rede, oferecendo serviços e soluções adequadas às demandas. Esses APLs estavam em diversos segmentos de mercado, sendo que 84 deles estavam no Estado de São Paulo, distribuídos em 26 cidades sede (Anexo A).

2.2 Breve histórico da teoria da decisão

A teoria da decisão (introduzida por Herbert Alexander Simon, em 1957, vencedor do prêmio Nobel de economia em 1978) desafiou a ideia de racionalidade plena ao introduzir o conceito de racionalidade limitada, entretanto, a evolução do conceito de racionalidade no processo de decisão abrange diferentes períodos, autores e obras que exploram suas dimensões plena, limitada e ampliada.

Na dimensão da racionalidade plena, que tem suas raízes na economia clássica, a introdução do conceito de agentes econômicos, guiados pelo interesse próprio, agindo individualmente e tomando decisões racionais, buscava maximizar os benefícios individuais, resultando em benefícios coletivos para a sociedade (metáfora: "mão invisível") (Smith, 1776).

Em 1871, a teoria da utilidade marginal foi consolidada, enfatizando a tomada de decisão racional como base da análise econômica clássica (Jevons, 1871). A racionalidade plena foi formalizada, no paradigma neoclássico, por ser útil para criar modelos econômicos que podem prever comportamentos agregados de forma precisa.

Milton Friedman (vencedor do prêmio Nobel de economia em 1976) argumentou, em seu ensaio "*The Methodology of Positive Economics*", de 1953, que os modelos econômicos devem ser avaliados pela precisão de suas previsões, independentemente da realidade de suas premissas, introduzindo a ideia de que os agentes econômicos podem ser tratados como se fossem perfeitamente racionais, maximizando a utilidade ou o lucro.

A abordagem de Friedman (1953), conhecida como a metodologia "*as if*" (como se), assume que os indivíduos têm acesso a todas as informações necessárias e capacidade ilimitada de processamento para tomar decisões ótimas, o que simplificou a modelagem econômica, permitindo previsões precisas sobre o comportamento dos agentes.

Por sua vez, a dimensão da racionalidade limitada, em contextos práticos, como políticas públicas e gestão organizacional, ao desafiar a racionalidade plena, reconheceu os desafios de tomar decisões em ambientes complexos e cheios de incertezas. Os tomadores de decisão enfrentavam restrições de tempo, cognitivas e informacionais, necessitando de uma base mais sólida para a tomada de decisão (Simon, 1957).

Simon (1957) introduz o conceito de *satisficing*, apontando que os tomadores de decisão buscavam soluções satisfatórias em vez de ótimas e, como os seres humanos não podem processar todas as informações disponíveis, tomam decisões baseadas em heurísticas e regras práticas para lidar com incertezas e restrições (Simon, 1977).

A partir de 1974, com os estudos de Daniel Kahneman (vencedor do prêmio Nobel de economia, em 2002), Simon examina como os indivíduos ou grupos escolhem entre alternativas para atingir determinados objetivos, a teoria da decisão é também aplicada nas áreas de psicologia, economia, administração, negócios e engenharia.

Desde então, o exame do comportamento e das interações dos tomadores de decisões, seus interesses, suas expectativas e ações facilitam ou dificultam o processo de tomada de decisão, indicando que os tomadores de decisão são impactados pela "racionalidade limitada", implicando a adaptação das estratégias da organização ao lidar com as dinâmicas comportamentais (Simon, 1957; Kahneman, 1974).

Estudos mais contemporâneos investigam os sistemas cognitivos que influenciam a racionalidade, destacando limites e oportunidades para ampliar a capacidade decisória (Kahneman, 2011), analisando como a inteligência artificial está ampliando as capacidades cognitivas e decisórias, redefinindo a racionalidade em contextos organizacionais e sociais (Lee, 2018).

Em resumo, desde a publicação seminal de Simon, em 1957, a teoria da decisão evoluiu para incorporar uma ampla gama de perspectivas e disciplinas,

refletindo a complexidade e a diversidade dos processos decisórios humanos. Essa evolução contínua destaca a relevância duradoura da teoria da decisão e sua capacidade de se adaptar a novos desafios e contextos.

2.3 Teoria da decisão no contexto do Arranjo Produtivo Local

Segundo Simon (1957) e Kahneman (1974), os indivíduos ou grupos escolhem entre alternativas para atingir determinados objetivos. As restrições de acesso às informações, as capacidades cognitivas, tempo e outros recursos impactam a racionalidade limitada e, não existindo as restrições ao acesso às informações, os indivíduos não possuem a capacidade de processar todas as informações disponíveis de maneira perfeita, o que os faz recorrer às heurísticas ou simplificações cognitivas, levando a decisões subótimas.

Nesse caso, a tomada de decisão pode ser definida tecnicamente como o ato de selecionar uma alternativa de um grupo de alternativas, escolhendo a ação a partir de julgamento definido como o ato de especificar e escolher uma posição particular num *continuum* de avaliação (Takemura, 2014), podendo ser motivada por objetivos pessoais ou por recompensas financeiras (Simon, 1977).

Os elementos que promovam a remoção de obstáculos e forneçam recursos necessários, como tecnologias e políticas institucionais (Mintzberg; Raisinghani; Theoret, 1976), podem facilitar a tomada de decisão e os obstáculos, tais como a falta de informações, resistência à mudança e conflitos de interesse (Kahneman; Tversky, 1979) podem dificultar a tomada de decisão.

Essa tomada de decisão é composta pelo Ambiente da Decisão, Comportamento do Decisor e pelos Requisitos para a Decisão (Takemura, 2014), de tal forma que os ambientes influenciam o comportamento e o julgamento dos decisores, fazendo-os priorizar as opções de acordo com a utilidade ou benefícios esperados (Alexander; Walker; Naim, 2014; Takemura, 2014) e os requisitos influenciam diretamente essas escolhas.

Consequentemente, o comportamento dos decisores e os requisitos para a tomada de decisão apresentam elementos motivadores, facilitadores ou barreiras para a tomada de decisão, resultando em uma decisão, favorável ou desfavorável (Takemura, 2014).

Por sua vez, os APLs, formados por conjunto de empresas que envolvem agentes econômicos, políticos e sociais, atuando na mesma atividade com especialização produtiva e vínculo de articulação, interação e cooperação (Cassiolato; Lastres, 2003), destacam as relações interorganizacionais, instituições locais, cultura e identidade territorial como elementos importantes para o desenvolvimento local e regional (Oliveira; Martinelli, 2014).

Como o APL não é pessoa jurídica determinada por contrato e sim um aglomerado de empresas, objetivando o desenvolvimento sustentável das empresas e o desenvolvimento econômico e social das regiões (Castro, 2009), a tomada de decisão é coletiva, embora a decisão individual impacte, positiva ou negativamente, a satisfação da coletividade.

Portanto, a teoria da decisão aplicada no contexto dos APLs possibilita a compreensão dos componentes da tomada de decisão e neles identifica os elementos motivadores, facilitadores e barreiras para que a tomada de decisão seja comparada com a racionalidade limitada e os elementos identificados possibilitem uma decisão racional satisfatória.

2.3.1 Revisão da literatura da teoria da decisão

A teoria da decisão (Simon, 1957) examina como os indivíduos ou grupos escolhem entre alternativas para atingir determinados objetivos e considera que as decisões são impactadas pela "racionalidade limitada" por existirem restrições ao acesso às informações ou pelas capacidades cognitivas, tempo e outros recursos.

Não existindo restrições ao acesso às informações, os indivíduos não possuem a capacidade de processar todas as informações disponíveis de maneira perfeita, o que os faz recorrerem às heurísticas ou simplificações cognitivas, podendo levar a decisões subótimas. Portanto, os requisitos para a tomada de decisão eficaz envolvem a integração de informações, tempo suficiente para análise, consideração de alternativas criativas (Simon, 1957) e ainda serem claros, transparentes e facilmente disponíveis (Siebert; Kunz; Rolf, 2021).

A tomada de decisão pode ser motivada por objetivos pessoais ou por recompensas financeiras (Simon, 1977); facilitada por elementos que removam obstáculos e forneçam recursos necessários, como tecnologias e políticas institucionais (Mintzberg; Raisinghani; Theoret, 1976); e, dificultada por barreiras,

obstáculos que dificultam a tomada de decisão, como a falta de informações, resistência à mudança e conflitos de interesse (Kahneman; Tversky, 1979).

Takemura (2014) destaca que, embora se refira amplamente à função da consciência, a tomada de decisão pode ser definida tecnicamente como o ato de selecionar uma alternativa de um grupo de alternativas, escolhendo a ação a partir de julgamento definido como o ato de especificar e escolher uma posição particular num *continuum* de avaliação.

Considerando que as alternativas estão disponíveis nos ambientes de decisão, que são os indivíduos que tomam as decisões e as alternativas devem ser compostas por requisitos claros e transparentes, os componentes da tomada de decisão são Ambientes da Decisão, Comportamento do Decisor e Requisitos para a Decisão.

Os ambientes influenciam o comportamento e o julgamento dos decisores, pois, ao agirem de forma racional, suas opções são priorizadas de acordo com a utilidade ou benefícios esperados (Alexander; Walker; Naim, 2014; Takemura, 2014) e os requisitos influenciam diretamente as escolhas e suas implicações com cada um dos seus componentes da tomada de decisão.

Portanto, o comportamento dos decisores e os requisitos para a tomada de decisão apresentam elementos potencialmente motivadores, facilitadores ou barreiras para a tomada de decisão, considerada multiatributos, por ser efetivada após a obtenção dos vários tipos de informação, a depender das circunstâncias, resultando em uma decisão, favorável ou desfavorável (Takemura, 2014).

Numa abordagem normativa, a tomada de decisão usa uma estrutura matemática para maximizar a utilidade esperada, interpretada como valor subjetivo ou conveniência do resultado da seleção de uma alternativa, os requisitos ideais raramente são atendidos na prática, devido às limitações cognitivas e à incerteza presentes em ambientes de decisão (Takemura, 2014).

O comportamento real do decisor, muitas vezes, se desvia do ideal normativo em função das restrições de tempo e recursos, influências políticas e sociais, requerendo uma seleção entre alternativas com base na integração de componentes racionais, heurísticas cognitivas e estratégias proativas (Simon, 1957; Kahneman, 1974).

Numa abordagem descritiva, a teoria da decisão comportamental enfatiza que no mundo real as decisões são moldadas por vieses cognitivos e informações imperfeitas (Larrick, 2016). Dessa forma, as estratégias proativas que buscam

enquadramento adequado e excelência informacional são muito importantes para a melhoria da qualidade das decisões (Siebert; Kunz; Rolf, 2021).

Em síntese, a tomada de decisão é motivada por objetivos pessoais e recompensas financeiras (Simon, 1977), facilitada por elementos que removam obstáculos (Mintzberg; Raisinghani; Theoret, 1976) e dificultada por elementos que sejam barreiras (Kahneman; Tversky, 1979) e, conforme Takemura (1974), os ambientes de decisão, o comportamento do decisor e os requisitos para a decisão formam os componentes para a tomada de decisão.

Nessa perspectiva, a revisão da literatura foi conduzida para identificar os componentes da tomada de decisão na teoria da decisão e na literatura da IG na cafeicultura.

2.3.2 Procedimento de busca: teoria da decisão

Na plataforma *Web of Science*, usando as palavras-chave “*Decision Theory*” OR “*Behavioral Decision Theory*”, foram localizados 2.076 artigos. Ao serem filtrados – por: anos de publicação (2014 a 2024); tipos de documentos (artigo de revisão, acesso aberto); áreas de pesquisa (economia empresarial, ciência e tecnologia); e outros tópicos (ciências comportamentais, agricultura e psicologia) – foram encontrados 25 artigos.

Ampliando a busca com a utilização de palavras-chave combinadas: “*Decision Theory*” AND clusters, “*Behavioral Decision Theory*” AND clusters, “*Decision Theory*” AND decision making, “*Behavioral Decision Theory*” AND decision making, não foram encontrados artigos, portanto, os 25 artigos selecionados foram classificados por número de citações com o uso do software *Bibliometrix* (Aria; Cuccurullo, 2017).

Conforme Conforto, Amaral e Da Silva (2011), critérios de exclusão e qualificação de artigos são essenciais para filtrar e avaliar as suas relevâncias para a pesquisa em questão, o que levou o pesquisador a definir que, após a leitura dos elementos-chave dos 25 artigos presentes na base de dados (Bardin, 2011), foram selecionados apenas aqueles relacionados com os componentes da tomada de decisão. Dessa seleção, foram obtidos 12 artigos, porque os 13 excluídos estavam relacionados com outras áreas de estudos (música, biologia, medicina, estatística e teoria dos jogos).

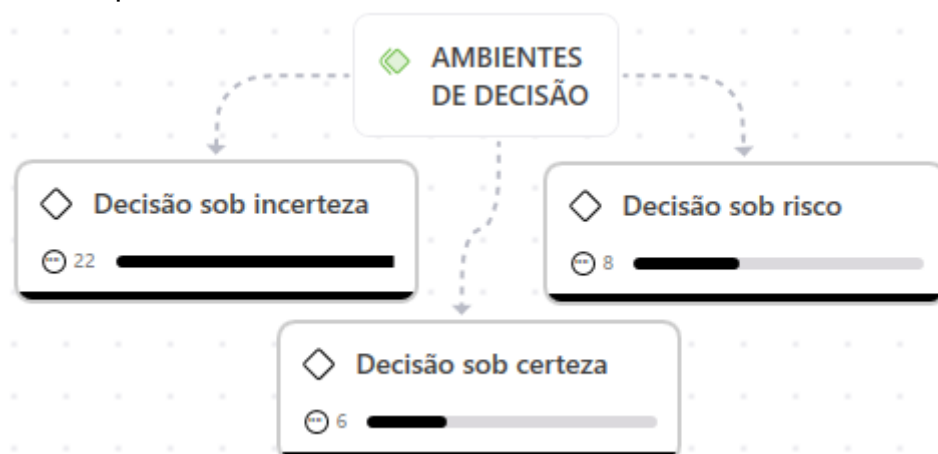
Aos 12 artigos selecionados foi decidido adicionar 4 artigos internacionais e 1 livro por, além dos aspectos relacionados com a teoria da decisão, apresentarem algum tipo de impacto para tomada de decisão: 1) aborda as emoções como potentes impulsionadores da tomada de decisão (Lerner *et al.*, 2015); 2) aplica a teoria da decisão no gerenciamento de desempenho, abordando volatilidade, incerteza, complexidade e ambiguidade como barreiras (Alexander; Kumar; Walker, 2018); 3) explora a eficácia do treinamento de decisão como melhoria da tomada de decisão individual (Siebert; Kunz; Rolf, 2021); 4) investiga os processos cognitivos relacionados à cognição quântica para descrever julgamentos e decisões (Pisano; Sozzo, 2020).

Por discutir o pluralismo de valores na tomada de decisões, desafios do pensamento multidimensional, tomada de decisão unidimensional e abordar os diversos aspectos da teoria da decisão, o livro *Behavioral Decision Theory* de Kazuhisa Takemura (2014), completa o conjunto de 16 artigos e 1 livro. Os 16 artigos e o livro que apresentaram os aspectos da teoria da decisão, a caracterização dos ambientes de decisão, o comportamento do decisor na tomada de decisão, os requisitos e o processo de tomada de decisão foram codificados e categorizados com o auxílio do software Atlas.ti, 2024 (versão 24.1.1.30813). As leituras e as análises foram guiadas pelo propósito de identificar os componentes da tomada de decisão (ambientes de decisão, comportamento do decisor e requisitos da decisão) e neles os seus motivadores, facilitadores e as barreiras da decisão.

2.3.3 Ambientes de tomada da decisão

Seguindo o fluxo da revisão da literatura (Figura 1), este primeiro passo teve o propósito de identificar os tipos de decisão e suas magnitudes e caracterizar o primeiro o componente da tomada de decisão, **ambiente da decisão**, o que permitiu a elaboração da Figura 2.

Figura 2 - Ambientes para a tomada de decisão



Fonte: Elaborada pelo autor (usando o Atlas.ti, 2024)

Entre os tipos de decisão apresentados na Figura 2, encontrados em ambientes de decisão, a **decisão sob incerteza** (magnitude 22), entendida como aquela que não pode ser formalizada por dados ou probabilidades conhecidas (Pisano; Sozzo, 2020), foi identificada como o principal tipo de decisão, ratificado pela observação de Larrick (2016), poucas decisões na vida são claras; na verdade, estão repletas de incertezas e compensações, e as pessoas geralmente são avessas a elas.

As situações de incertezas podem ser classificadas em incerteza de longo prazo e incerteza de curto prazo, de tal forma que fatores (como avanços tecnológicos, considerações ambientais e fatores sociais) influenciam a incerteza a longo prazo e as decisões de investimento na flexibilidade operacional que impliquem a necessidade de investigação devido ao impacto econômico mínimo, influenciam as incertezas a curto prazo (Elazab *et al.*, 2024).

Portanto, as decisões que implicam perspectivas de longo prazo sobre o desenvolvimento da empresa são, quase por definição, tomadas num contexto de incerteza, requerendo da organização, reorganização estratégica e mais tempo para a tomada de decisão (Foxall, 2014).

Na tomada de **decisão sob risco** (magnitude 8), os riscos são caracterizados pelos seus atributos mensuráveis, tais como: distribuição de probabilidade, probabilidade de ocorrência ou impacto (Micán; Fernandes; Araujo, 2020), sendo que, o risco é a condição que ocorre com probabilidade conhecida como resultado da seleção de uma alternativa, envolvendo emoção e intuição (Takemura, 2014).

Nessa perspectiva, a decisão sob risco pode ser considerada como um caso especial de incerteza (Chai; Weng; Liu, 2021) e, quando novas informações são adquiridas, a incerteza sobre as condições das mudanças ou sobre os seus resultados podem ser reduzidos (Whitney; Biber-Freudenberger; Leudeling, 2023), uma vez que o julgamento humano e a tomada de decisão baseiam-se numa avaliação subjetiva preliminar das probabilidades de eventos incertos (Pisano; Sozzo, 2020).

No âmbito organizacional, a tomada de **decisão sob certeza** (magnitude 6) é a que se aplica numa situação em que o resultado da seleção de uma alternativa é, certamente, determinado pelo grau em que os eventos futuros parecem altamente previsíveis e compreensíveis (Takemura, 2014), e causa felicidade por envolver avaliações de alta certeza (Lerner *et al.*, 2015).

Os ambientes de decisão exigem dos decisores a percepção clara dos elementos motivadores, facilitadores e barreiras para a tomada de decisão, portanto, os elementos, derivados do ambiente da decisão foram codificados e o resultado está no Quadro 1.

Quadro 1 - Elementos do ambiente de decisão

Elementos	Autores	Citação	Código
Motivadores	ALEXANDER_WALKER_NAIM_2014	O desenvolvimento sustentável ganhou um perfil cada vez mais dominante nos últimos anos.	Desenvolvimento
	TAKEMURA_2014	tomada de decisão deve ser conduzida com base em fatos .	Referência
	GOLD_STOCKER_2017	o conhecimento prévio é inerente ao processo de tomada de decisão.	Conhecimento
	HAYHOE_2017	conhecimento prévio são fatores que contribuem para boas decisões.	
	LARRICK_2016	melhora a tomada de decisões ao permitir que conhecimentos diversos sejam reunidos e cria perspectivas partilhadas.	
Facilitadores	TAKEMURA_2014	tomada de decisão multiatributo é realizada através da obtenção de informações de vários tipos .	Informações
Barreiras	BURBANO FIGUEROA_2022	uma fazenda como unidade de negócio, enfrenta múltiplas incertezas nos preços dos insumos e produtos, variabilidade e efeito climático e outros fatores	Incertezas
	CALHEIROS_LOBO_2023	as transações de mercado têm custos , como aqueles ligados a encontrar parceiros comerciais e ganhar contratos	Conflitos internos
	LARRICK, 2016	incerteza dos resultados futuros que pode transformar a falta de coesão num obstáculo à tomada de decisão da equipe	

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

No Quadro 1 estão os códigos agrupados, compondo cada um dos elementos: Motivadores (desenvolvimento, referência e conhecimento), Facilitadores (informações) e Barreiras (incertezas e conflitos internos), obtidos da teoria da decisão. Eles estão formando o componente da tomada de decisão: ambiente da decisão.

Os ambientes da decisão, de acordo com Pisano e Sozzo (2020), desempenham o papel do contexto no qual a empresa está inserida, esse contexto pode determinar a escolha final e, como a probabilidade do resultado da seleção de uma alternativa não é conhecida (Takemura, 2014), faz os gestores optarem por tomarem decisões comparando resultados, utilidades e incertezas associadas às opções de decisão (Whitney; Biber-Freudenberger; Leudeling, 2023).

O desenvolvimento que uma decisão pode proporcionar às empresas ou aos produtores, o desenvolvimento sustentável (Alexander; Walker; Naim, 2014), associado a referências (exemplos de sucesso) de outras decisões bem-sucedidas (Takemura, 2014), aliadas ao conhecimento do processo de tomada de decisão e aos fatores que contribuem para as boas decisões (Gold; Stocker, 2017; Hayhoe, 2017; Larrick, 2016), motiva a tomada de decisão racional.

A tomada de decisão racional necessita de informações, especialmente quando para a decisão são necessários vários tipos de informações o que dá à disponibilidade de informação um caráter primordial no processo decisório (Takemura, 2014).

Esse processo decisório, composto por motivadores e facilitadores, apresenta barreiras para a tomada da decisão, sendo a principal delas as incertezas. No entanto, as teorias da decisão baseadas na utilidade sob incerteza supõem que as incertezas podem ser quantificadas em termos de sua probabilidade (Chai; Weng; Liu, 2021).

Porém, conforme Calheiros e Lobo (2023), a atitude positiva do decisor em relação ao risco e à incerteza baseada na crença em suas próprias capacidades e recursos, com a compreensão clara dos potenciais benefícios e custos, pode levar o decisor a uma decisão satisfatória.

Dessa forma, a tomada de decisão pode ser facilitada pela contabilização da incerteza e do risco, combinando conhecimento dos benefícios e informações para assumir as incertezas e riscos, adequadamente (Whitney; Biber-Freudenberger; Leudeling, 2023).

No âmbito de uma fazenda como unidade de negócio, os produtores tomam, na maioria das vezes, decisões sob incertezas, tais como: imprevisibilidade de preços

dos insumos e produtos, variabilidade e efeitos climáticos, incapacidade de determinar a quantidade e qualidade do que será obtido da colheita ao final da safra (Burbano-Figueroa *et al.*, 2022).

Esses produtores lidam com a incerteza sobre a adequação das medidas agroecológicas, dos resultados sociais, ambientais e econômicos (Whitney; Biber-Freudenberger; Leudeling, 2023), com o modo como respondem às mudanças tecnológicas e como lidam com os fatores externos ou fontes de risco que limitam a eficiência das unidades de produção e a prestação de meios de subsistência adequados, o que influencia a sua tomada de decisão (Burbano-Figueroa *et al.*, 2022).

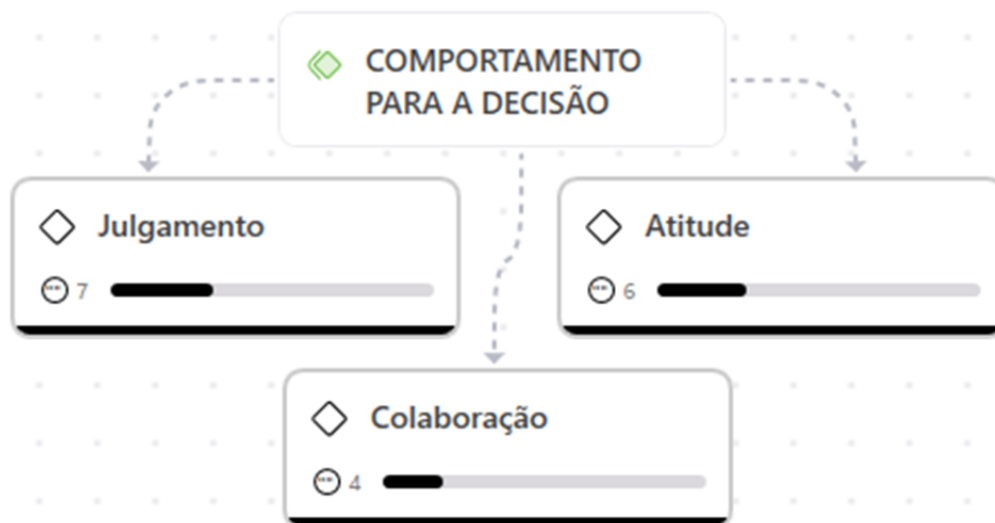
Na perspectiva desses produtores, as incertezas relacionadas aos resultados futuros e a falta de coesão entre eles podem ser transformadas em conflitos internos, gerando obstáculos à tomada de decisão da equipe, potencializados pelo foco do indivíduo, mais na preservação de relacionamentos do que em tomar uma boa decisão, influenciadas pelo pensamento dos outros (Larrick, 2016).

Ainda assim, de acordo com Larrick (2016), a maioria das decisões organizacionais são, fundamentalmente, sociais (múltiplas pessoas participam, múltiplas pessoas são afetadas), porém o pensamento de uma pessoa e as diversas perspectivas individuais podem ser exploradas, através de processos eficazes, produzindo decisões melhores do que as que os indivíduos podem tomar sozinhos.

2.3.4 Comportamento para a tomada de decisão

Para caracterizar o outro componente, **comportamento do decisor** para a decisão, que corresponde ao ato de selecionar uma alternativa dentro de um grupo de alternativas (Takemura, 2014), foram identificados os aspectos do comportamento do decisor que o leva a tomar a decisão (Figura 3).

Figura 3 - Comportamento do decisor



Fonte: Elaborada pelo autor (usando o Atlas.ti, 2024)

O comportamento para a decisão, Figura 3, é composto pelo **juízo** (magnitude 7) e pela **atitude** (magnitude 6) dos tomadores de decisão, possíveis de serem obtidas como resultado da decisão e do nível de colaboração (magnitude 4) existente entre os decisores.

Segundo Takemura (2014), o juízo para a tomada de decisão é presumivelmente realizado através da obtenção de informações de vários tipos, sendo definido como o ato de especificar o sujeito para uma posição particular num *continuum* de avaliação, a partir de uma série de operações mentais usadas para avaliar e selecionar alternativas.

Por sua vez, a atitude dos decisores tem relação direta com as suas capacidades de raciocínio lógico, sujeitas a vários preconceitos de percepção, indicando que elas agem de forma racional, o que os leva a priorizar as opções de decisão conforme as suas utilidades ou benefícios esperados (Alexander; Walker; Naim, 2014).

A colaboração, embora com magnitude 4, é fator-chave, especialmente nos processos de tomada de decisão entre empresas e em suas cadeias de suprimentos onde a investigação operacional é a base para a decisão (Alexander; Walker; Naim, 2014; Alexander; Kumar; Walker, 2018).

Sendo o Comportamento do Decisor embasado na sua capacidade de juízo, atitude e potencial de colaboração. No Quadro 2 está o resultado desta

análise, mostrando os códigos que formaram, respectivamente, os elementos motivadores, facilitadores e barreiras para que o decisor tome uma decisão, favorável ou desfavorável.

Quadro 2 - Elementos do comportamento do decisor

Elementos	Autores	Citação	Código
Motivadores	ALEXANDER_WALKER_ NAIM_2014	os agentes agem de forma racional e as opções são priorizadas de acordo com a utilidade ou benefícios esperados.	Atitude
	TAKEMURA_2014	as pessoas tomam decisões baseadas no princípio da satisfação	
	PISANO_SOZZO_2020	agentes individuais (ou tomadores de decisão) escolhem de forma a maximizar sua utilidade utilização.	
Facilitadores	ALEXANDER_WALKER_ NAIM_2014	colaboração é um fator chave, por isso os processos de tomada de decisão entre	Colaboração
	WHITNEY_BIBER_ LEUDELING, 2023	combinação do conhecimento dos benefícios e informações com disposição para assumir as incertezas e riscos.	Propensão ao risco
	FOXALL_2014	o inovador extremo que procura assumir riscos em busca de benefícios.	
	SIEBERT_KUNZ_ROLF_ 2021	tomada de decisão proativa pressupõe os traços pessoais e as habilidades cognitivas.	Habilidades cognitivas
Barreiras	ALEXANDER_WALKER_ NAIM_2014	as pessoas são limitadas nas suas capacidades de raciocínio lógico e sujeitas a vários preconceitos de percepção	Falta de coesão
	FOXALL_2014	saídas comportamentais são a avaliação do risco e a cautela que são descritas como manifestando uma abordagem defensiva.	
	PISANO_SOZZO_2020	preferem em geral atos com probabilidades conhecidas.	Aversão aos riscos

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Analisando o comportamento do decisor, os códigos obtidos da teoria da decisão estão agrupados no Quadro 2, compondo cada um dos elementos: Motivadores (atitude), Facilitadores (colaboração, propensão ao risco e habilidades cognitivas) e Barreiras (falta de coesão e aversão aos riscos), formando o componente da tomada de decisão, comportamento do decisor.

Como a racionalidade, no processo decisório, é limitada por julgamentos e decisões dadas ao problema, os decisores preferem, em geral, atos com probabilidades conhecidas (Pisano; Sozzo, 2020) e, se a decisão for a partir de

elementos visuais, dependerá de mecanismos de acumulação e comprometimento de evidências (Gold; Stocker, 2017).

Os julgamentos são influenciados pelo nível de propensão ao risco e pelas habilidades cognitivas dos tomadores de decisão, portanto, Alexander, Walker e Naim (2014) sugerem aos decisores investirem no desenvolvimento de uma compreensão clara dos objetivos e valores estratégicos para que a tomada de decisão proativa aumente a satisfação com a decisão (Siebert; Kunz; Rolf, 2021).

Considerando que os tomadores de decisão agem de forma racional, priorizando a utilidade ou benefícios esperados (Alexander; Walker; Naim, 2014), tomam decisões baseadas no princípio da satisfação (Takemura, 2014) e escolhem de forma a maximizar a utilidade da decisão (Pisano; Sozzo, 2020), a atitude compõe o elemento motivador da decisão racional.

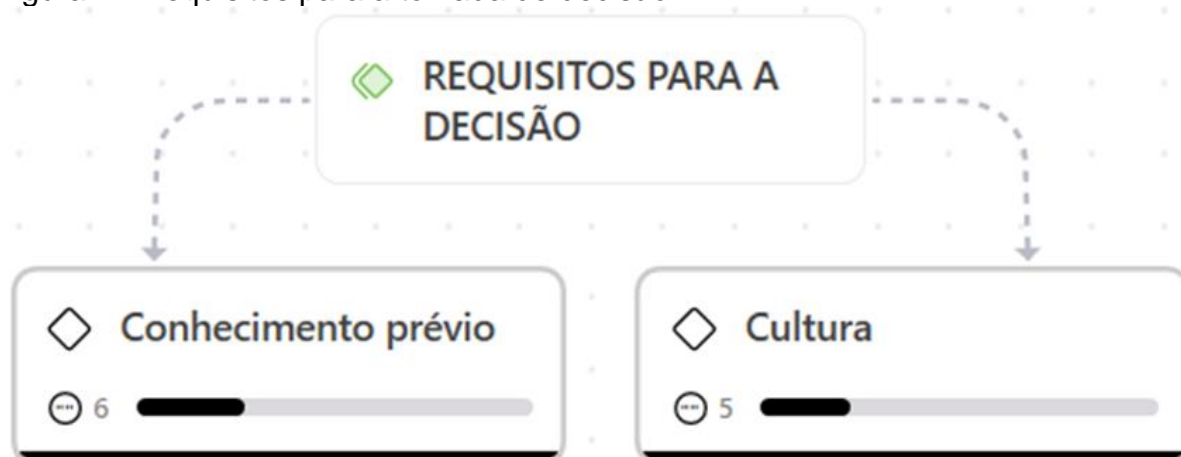
Os facilitadores da tomada de decisão estão compostos, além da colaboração, pelo nível de propensão ao risco que o tomador de decisão tenha, ou seja, ao combinar o conhecimento dos benefícios com as informações, o quão disposto ele está para assumir os riscos ao buscar os benefícios (Whitney; Biber; Leudeling, 2023; Foxall, 2014), considerando que a tomada de decisão pressupõe a existência de traços pessoais e habilidades cognitivas (Siebert; Kunz; Rolf, 2021).

Como barreiras à tomada de decisão, no componente comportamento do decisor, está a falta de coesão, provocada pela limitação da capacidade de raciocínio lógico, pela existência de preconceitos de percepção (Alexander; Walker; Naim, 2014) e pela cautela derivada da avaliação do risco, que manifesta uma abordagem defensiva por parte dos decisores (Foxall, 2014), os quais normalmente preferem ações com probabilidades conhecidas, levando-os a ter aversão aos riscos.

2.3.5 Requisitos para a tomada de decisão

Caracterizando o componente da tomada de decisão, **requisitos para a decisão**, como critérios ou condições que devem ser atendidos para que uma decisão seja tomada, dependendo do contexto, envolve os aspectos identificados e apresentados na Figura 4.

Figura 4 - Requisitos para a tomada de decisão



Fonte: Elaborada pelo autor (usando o Atlas.ti, 2024)

Os **requisitos para a decisão** (Figura 4) é composto pelo conhecimento prévio (magnitude 6), componente inerente ao processo de tomada de decisão que ajuda a maximizar a probabilidade da decisão correta (Gold; Stocker, 2017) e a **cultura** (magnitude 5) que pode se transformar em barreira para a tomada de decisão.

A tomada de decisões, no contexto social, melhora ao permitir que conhecimentos diversos sejam reunidos e partilhados (Larrick, 2016). O conhecimento prévio é o componente inerente ao processo de tomada de decisão que ajuda a maximizar a probabilidade da decisão correta a partir da interpretação da informação sensorial recebida que, apoiando ou se opondo às alternativas em análise, acumula as evidências disponíveis e gera o compromisso com a escolha (Gold; Stocker, 2017).

Os requisitos para a decisão, conforme a teoria da decisão, requerem conhecimento prévio e a decisão, favorável ou desfavorável, pode ser impactada pela cultura da organização. No Quadro 3 estão os elementos motivadores e barreiras derivadas dos requisitos para a decisão com os seus respectivos códigos.

Quadro 3 - Elementos dos requisitos para a decisão

Elementos	Autores	Citação	Código
Motivadores	GOLD_STOCKER_2017	conhecimento prévio é inerente ao processo de tomada de decisão que ajuda a maximizar a probabilidade de tomar a decisão correta	Conhecimento
	HAYHOE_2017	custos e benefícios das ações, a incerteza sobre o estado do mundo e o conhecimento prévio são fatores que contribuem para boas decisões.	
	BURBANO FIGUEROA_2022	transformação exige uma escala de inovação que só é possível alcançar através da acumulação de conhecimento	
Facilitadores		Não identificados	
Barreiras	MICAN_FERNANDES_AR AUJO_2020	cultura e ambiente competitivo de cada organização são tópicos relevantes no processo de tomada de decisão	Cultura
	CALHEIROS_LOBO_2023	região do mundo, a cultura nacional , a velocidade exigida	

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Os códigos obtidos da teoria da decisão e apresentados no Quadro 4 correspondem aos requisitos para a tomada de decisão (componente da tomada de decisão), compondo cada um dos elementos: motivador (conhecimento) e barreiras (cultura).

O conhecimento prévio dos custos e dos benefícios ou das recompensas sobre o que se vai decidir, assim como a definição dos objetivos comportamentais e dos seus custos associados, são fatores que contribuem para boas decisões (Hayhoe, 2017) e ajudam a maximizar a probabilidade da tomada de decisão correta, atribuindo ao acúmulo de conhecimento a capacidade de inovação (Gold; Stocker, 2017), portanto, motivador da tomada de decisão.

Contraditoriamente, o conhecimento, a cultura local, regional ou organizacional e as limitações cognitivas, sendo fatores inerentemente humanos, podem ser motivadores ou barreiras para a tomada de decisão. Nas organizações, especialmente as que operam em ambientes competitivos, a cultura – aliada à colaboração, capacidades de gestão e dinâmicas de acordo com o ambiente, estratégia e transparência – pode ser considerada relevante no processo de tomada de decisão (Alexander; Walker; Naim, 2014; Micán; Fernandes; Araujo, 2020).

Porém, frequentemente ao se incluir na cultura uma componente espacial (Whitney; Biber-Freudenberger; Laedeling, 2023), região do mundo, cultura nacional, velocidade exigida para a tomada de decisão (Calheiros; Lobo, 2023) e os fatores

inerentemente humanos, tais como: limitações da capacidade cognitiva, da força de vontade e restrições situacionais, ela se transforma em barreira para a tomada de decisão (Lerner, 2015).

2.3.6 Códigos e categorias da teoria da decisão

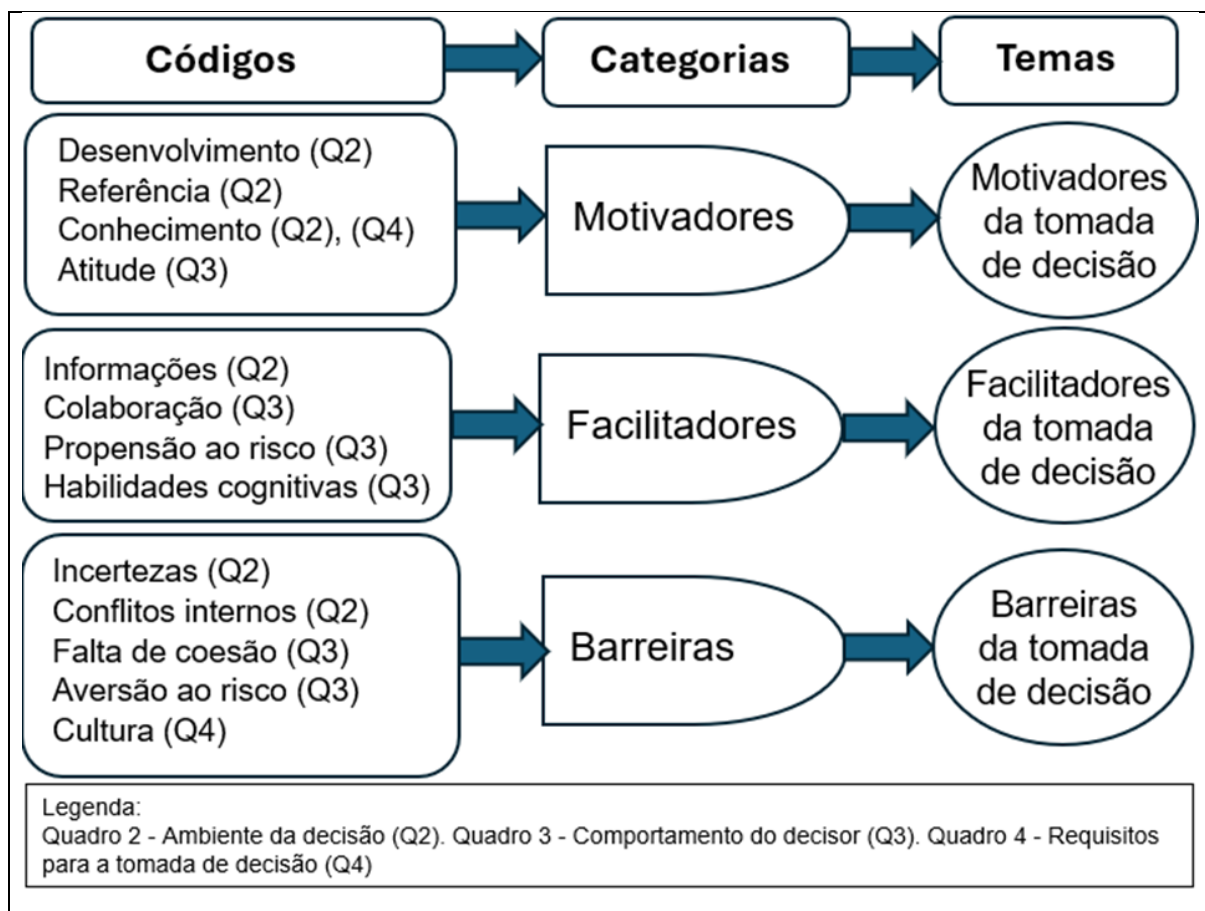
A revisão da literatura da teoria da decisão, que teve o propósito de identificar os componentes da tomada de decisão, alinhada ao objetivo geral da pesquisa (“investigar os motivadores, facilitadores e barreiras que influenciam a decisão dos produtores de APLs em busca do reconhecimento de Indicação Geográfica”), apontou os componentes da tomada da decisão (Quadros 2, 3 e 4).

Conforme Franco (2005, p. 58), pesquisas qualitativas, que preveem análise de conteúdo como forma de analisar dados coletados, devem propor categorias e um dos caminhos para a criação dessas categorias é que elas sejam predeterminadas “em função da busca a uma resposta específica do investigador”.

Portanto, categorização predeterminada possibilitou a simplificação e fragmentação do conteúdo (Franco, 2005, p. 60) e a geração dos códigos na teoria da decisão derivou da busca à resposta específica dos componentes tomada de decisão. Como as habilidades de tomada de decisão de muitos indivíduos são insuficientes quando confrontados com situações de incertezas (Siebert; Kunz; Rolf, 2021), em função dos objetivos da pesquisa, a identificação dos motivadores, facilitadores e barreiras da tomada de decisão se fez necessária.

Cada um dos componentes da tomada de decisão foi codificado e o conjunto de códigos, de cada um dos componentes, foi classificado e agrupado por elementos da tomada de decisão, determinando as categorias Motivadores, Facilitadores e Barreiras e respectivos temas para a pesquisa, apresentados na Figura 5.

Figura 5 - Códigos, categorias e temas: teoria da decisão



Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

Considerando os ambientes, o comportamento e os requisitos, o processo de tomada de decisão é proativo, uma vez que os traços pessoais e as habilidades cognitivas são aprimoradas e os autores Siebert, Kunz e Rolf (2021) complementam que a tomada de decisão, quando proativa, aumenta a satisfação com a decisão e leva a uma maior satisfação e autoeficácia geral.

Como resultado foram obtidos os componentes da tomada de decisão (ambientes, comportamentos e requisitos) que revelaram as categorias motivadores, facilitadores e barreiras do processo de tomada de decisão. A essas categorias serão adicionados os respectivos códigos da revisão da literatura da IG na cafeicultura.

2.4 Visão Geral da Indicação Geográfica

Na antiguidade, produtos de certas regiões eram valorizados por suas qualidades únicas, muitas vezes ligadas ao local de produção, a exemplo do vinho da

ilha grega de Chios e da Alemanha, com a lei de pureza da cerveja de 1516, receberam precocemente o reconhecimento de IG. Durante a Idade Média, na Europa, o conceito de IG ganhou forma legal e, desde então, tem evoluído e se espalhado pelo mundo (Rizo; Frigant; Ghetu, 2021).

Entre os séculos XVII a XIX expandiu-se para outros produtos e regiões: no século XVIII, o queijo Stilton, inglês, produzido nos condados de Derbyshire, Nottinghamshire e Leicestershire, recebeu a indicação de origem protegida e, no século XX, a IG tornou-se reconhecida internacionalmente através de vários acordos comerciais e tratados, como o Acordo de Lisboa de 1958 e o Acordo TRIPS/OMC de 1994 (Almeida *et al.*, 2014; Bruch; Vieira, 2016; Rizo; Frigant; Ghetu, 2021).

Como o reconhecimento da IG pode ser concedido a produtos agrícolas, alimentos, bebidas, artesanato e outros, a convenção de Paris, assinada em 1883, primeiro acordo internacional criado para a Proteção da Propriedade Industrial, dispõe sobre indicação de procedência e passou por revisões: Bruxelas (1900), Washington (1911), Haia (1925), Londres (1934), Lisboa (1958) e Estocolmo (1967), estando em vigor até hoje com 173 países signatários.

Em seguida, o Acordo de Madri (*Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Good*) de 1891 tratou, num sentido mais amplo da expressão, da repressão às falsas indicações de procedência de mercadorias. Criou um sistema internacional de registro e proteção para as marcas comerciais, incluindo as marcas coletivas e de certificação que podem ser usadas como indicações geográficas.

O Acordo de Lisboa, Decreto-Lei n.º 46852 de 1958, relativo à proteção das denominações de origem e ao seu registro internacional, criou uma união particular, no âmbito da União de Paris, um registro internacional de Denominações de Origem, uma espécie de indicação geográfica, administrado pela WIPO.

O Acordo TRIPS de 1994 trata dos aspectos dos direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao comércio, estabelece padrões mínimos de proteção a serem observados pelos membros da OMC, com relação a direito autoral, marcas, indicações geográficas, desenhos industriais, patentes, circuitos integrados e informação confidencial. É um tratado internacional que incorpora os principais dispositivos substantivos da Convenção de Paris (Almeida *et al.*, 2014; Bruch; Vieira, 2016; Rizo; Frigant; Ghetu, 2021).

A partir desses acordos, as indicações geográficas são definidas como indicações que identificam um produto como originário do território de um país membro, ou mesmo de uma região ou localidade desse território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica, prevendo níveis diferenciados de proteção para as indicações geográficas dos vinhos, destilados e para as demais indicações geográficas (EMBRAPA, 2020; Rizo; Frigant; Ghetu, 2021).

Os acordos internacionais visam harmonizar as normas e os procedimentos para o reconhecimento e a proteção das indicações geográficas, facilitando a cooperação entre os países membros, minimizando as divergências e os conflitos entre os países e a União Europeia, e tem regulamentos para Indicações Geográficas, incluindo a proteção de nomes por meio dos sistemas de Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP) (Almeida *et al.*, 2014).

Conforme Rizo, Frigant e Ghetu (2021), um dos primeiros casos de proteção legal de uma indicação geográfica foi o do vinho do Porto em Portugal, que teve a sua região de produção demarcada em 1756 pelo Marquês de Pombal, criando-se a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro para fiscalizar e controlar a produção e o comércio do vinho.

Outro caso pioneiro foi o do champanhe, na França, que teve a sua denominação de origem reconhecida em 1891 por um tratado internacional entre a França e a Alemanha e, posteriormente, regulamentada por uma lei francesa em 1919, que criou o Comitê Interprofissional do Vinho de Champanhe para gerir e defender a denominação (Rizo; Frigant; Ghetu, 2021).

No Brasil, embora em ritmo mais lento do que na Europa, se observa o interesse pelas indicações geográficas através do aumento do número de registros já concedidos pelo INPI (Apêndice A), motivados pelas políticas públicas, por relações socioeconômicas, modificações no espaço geográfico, estruturando as regiões de acordo com a atividade econômica desenvolvida, alterando o meio, produzindo novos ambientes, criando espaços privilegiados e influenciando os fluxos migratórios (Bruch; Sartori; Perdomo, 2019).

Atualmente, existem mais de 10 mil indicações geográficas registradas no mundo, abrangendo diversos produtos agrícolas, alimentícios, artesanais e industriais, que representam uma fonte de valorização econômica, social e cultural para as regiões produtoras. Alguns exemplos famosos são o queijo Roquefort na

França, o café da Colômbia, o tapete de Arraiolos em Portugal, o whisky escocês na Escócia e o couro do Vale dos Sinos no Brasil (EMBRAPA, 2020).

2.4.1 Indicação Geográfica no Brasil

Países em desenvolvimento e/ou economias em transição têm inserido as IGs em suas políticas públicas e o Brasil passa a entendê-la como componente da estratégia competitiva que agrega valor e credibilidade ao produto, serviço e à marca (Dallabrida, 2020) e, em 14 de maio de 1996, o governo brasileiro promulga a Lei da Propriedade Intelectual (LPI n. 9.279).

A LPI n. 9.279 estabelece os fundamentos para a proteção e o reconhecimento legal das IGs, tanto nacionais quanto internacionais, incluindo produtos agrícolas e alimentares. A proteção que ela garante aos produtos e serviços com IG é benéfica, tanto para os produtores que estão sujeitos ao cumprimento de um conjunto de regras de produção quanto para os consumidores que têm garantida a autenticidade da origem, um padrão mínimo de qualidade e a exclusão de terceiros do uso do nome geográfico protegido (Lei 9.276, 1966; Artêncio; Giraldi; Galina, 2019).

A promulgação dessa lei, em sintonia com os acordos internacionais, além do reconhecimento da importância da proteção das IGs como ferramenta de apoio ao desenvolvimento sustentável local, delegou ao INPI a função de reconhecer as IGs no Brasil e estabelece, no artigo 124, que a IG é um sinal distintivo não registrável como marca.

As empresas ou produtores que estiverem na região reconhecida como IG têm o direito exclusivo do uso do distintivo da IG com poderes para proibir o uso por produto que tenha sido fabricado ou produzido na região geolocalizada sem a qualidade especificada e não esteja autorizado, dando o direito aos produtores, substituto processual ou consumidores, de agirem judicialmente contra quem fabricou, importou, exportou, vendeu, manteve em estoque, expôs ou colocou à venda esses produtos com IG falsa.

Esse direito protege os produtos e serviços contra quem os utilizar ou divulgar sem indicar a verdadeira origem ou contra quem utilizar quaisquer signos que indiquem falsa origem, vendendo ou expondo tais produtos que não estejam na área geolocalizada, assim, os produtos ou serviços abrangidos por uma IG tornam-se diferenciados, produtos exclusivos (Bruch *et al.*, 2019).

Além da proteção legal, outros motivadores podem ser considerados para se obter o reconhecimento da IG: preservação socioambiental e cultural do patrimônio natural das regiões produtoras; valorização das propriedades e região favorecendo a permanência das pessoas no local (Bruch; Kretschmann, 2013; Bruch *et al.*, 2019); estabelecimento de padrões de produção e vantagens competitivas com base na origem do produto e manejo da lavoura (Artêncio; Giraldi; De Oliveira, 2022). Com isso ganham os produtores, a comunidade e os consumidores, haja vista os exemplos de sucesso das seguintes IGs reconhecidas no Brasil pelo INPI (Castro, 2009; Silva *et al.*, 2013; EMBRAPA, 2020; Franco; Bruch; Matei, 2023):

- Em 2002, o Vale dos Vinhedos, vinhos da região sul do Brasil é o primeiro registro de IG tipo IP e, em 2012, é reconhecida como IG tipo DO, contribuindo para o aumento da qualidade, da visibilidade e valor dos vinhos brasileiros, além de fomentar o turismo da enogastronomia (relação entre a comida e o vinho) na região;
- Em 2005, a região do Cerrado Mineiro recebe o primeiro reconhecimento de IG tipo IP para café. Em 2013, recebe a primeira IG do tipo DO concedida a um produto agrícola, o café, o que fortaleceu a governança local e a capacitação dos cafeicultores, além de aumentar a competitividade dos produtos e a sua inserção nos mercados nacional e internacional;
- Em 2010, cidade de Prados em Minas Gerais para artesanato em estanho;
- Em 2012, o bairro de Goiabeiras, em Vitória (ES), recebe a primeira IP concedida a um produto artesanal, popularizado pela produção de painéis de barro, o que valorizou a cultura e a identidade local, gerando renda e reconhecimento para as artesãs. A culinária produzida nas painéis de barro é típica da região, cujo hábito foi herdado de indígenas e afrodescendentes residentes naquela região há mais de 300 anos;
- Em 2018, a região da Serra da Canastra (MG) é registrada como IP para o queijo, preservando o patrimônio cultural e gastronômico da região, além de melhorar a qualidade de vida e a renda dos produtores familiares;
- Em 2019, o município de Divina Pastora (SE), é registrado como IP para rendas, resgatando a autoestima, valorização das rendeiras e promovendo o desenvolvimento social e econômico da região.

Esses exemplos ressaltam que a IG tem potencial ou capacidade de melhoria dos indicadores socioeconômicos, proteção e valorização dos produtos e serviços da região produtora com um papel relevante no desenvolvimento dos países, especialmente naqueles em desenvolvimento e tem sido usada como uma ferramenta para promover o desenvolvimento regional (Artêncio; Giraldi; Galina, 2019).

Sendo a IG uma das formas de proteção da propriedade intelectual, ela atesta a origem de determinado produto ou serviço, dizendo a respeito da origem geográfica dos produtos ou serviços que possuem qualidades ou características devidas a essa origem geográfica e o sinal distintivo que lhe é concedido é de direito da região representada por um Substituto Processual, que pode ser associação, sindicato ou outra entidade legalmente constituída (INPI, 2022a, 2022b, 2022c).

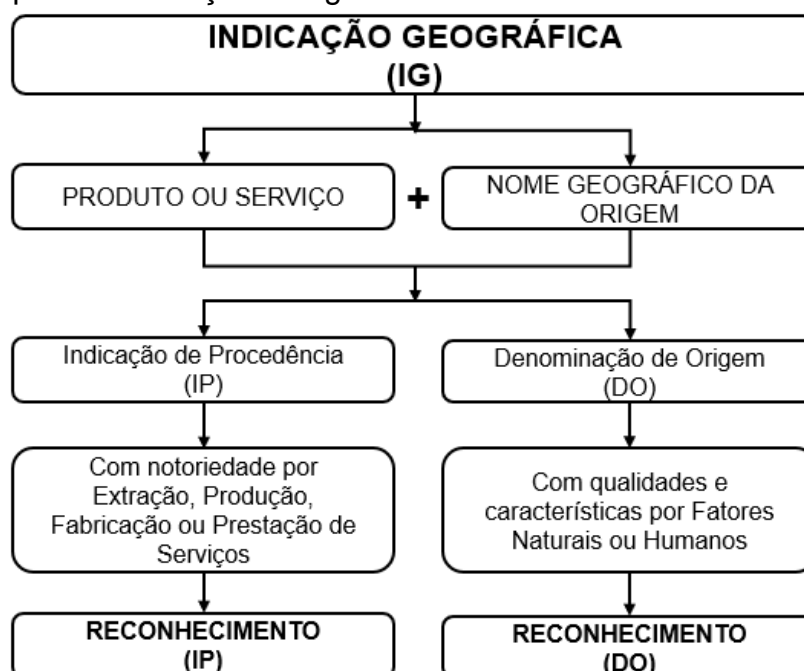
Não pode ser confundida com Marca Coletiva, que versa sobre a origem empresarial, que é usada para indicar produtos ou serviços que provêm de membros de uma determinada entidade, e seu registro, junto ao INPI, é feito no nome de uma associação e apenas os membros dessa associação têm o direito de usar a marca (Ozaki; Saconni; Fedrizzi, 2024).

Portanto, para solicitar o reconhecimento, o requerente deve escolher um dos tipos de IG e atender às condições para o registro regulamentadas pela LPI n. 9.279 com requisitos estabelecidos no MIG, Portaria INPI/PR n. 04/2022 (INPI, 2022c), artigos 176 a 178, indicando os tipos de Indicação Geográfica no Brasil, Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO).

A LPI n. 9.279 vincula o registro da IG ao nome geográfico estendido à sua representação, estabelecendo que ela pode ser do tipo IP ou DO. A Portaria n. 04/22 do INPI conceitua e prevê a proteção do gentílico que dá identidade ao produto ou serviço originário de um determinado local ou região geográfica com qualidade ou característica específica, deixando claro que o registro de IG tem natureza declaratória, não é um processo de criação, ou seja, o INPI apenas reconhece formalmente uma situação jurídica preexistente, sem prazo de vigência, caducidade, renovação ou prorrogação de registro.

A IP e a DO como tipos de IG apresentam as diferenças esboçadas na Figura 6 que, conforme a LPI n. 9.279, são aplicadas a produtos ou serviços originários de um território, região ou localidade com as vantagens de dar-lhes identidade e conferir-lhes qualidade, reputação ou outra característica específica (INPI, 2022a).

Figura 6 - Tipos de Indicação Geográfica



Fonte: Elaborada pelo autor, compilado da portaria nº 4 (INPI, 2022c)

A Figura 6 mostra que a notoriedade dada pela extração, produção, fabricação ou prestação de serviços caracteriza a IP. A DO requer dos produtos ou serviços qualidades e características dadas por fatores naturais ou humanos, entretanto, em termos de direito de propriedade intelectual, IP e DO são equivalentes, não apresentam hierarquia ou ordem de importância entre elas (ABNT NBR 16536, 2016) e não é permitido registro simultâneo de IP e DO para uma mesma IG (INPI, 2022c).

2.4.2 Registro da Indicação Geográfica no Brasil

O reconhecimento da IG é um reconhecimento legal das características únicas associadas à tradição, vocação produtiva, qualidade ou reputação dos produtos ou serviços provenientes de uma determinada área geográfica (Silva *et al.*, 2013) e um ativo de propriedade industrial/intelectual usado para identificar a origem de um determinado produto ou serviço (INPI, 2018; WIPO, 2024), que valoriza produtos e serviços associados a uma região específica, destacando suas características únicas e tradições (SEBRAE, 2017), distinguindo-os dos seus similares disponíveis no mercado (Brasil, 2023a, 2023b), requer registro no INPI.

INPI é o órgão brasileiro responsável por receber as solicitações de reconhecimento das IGs, conforme a LPI n. 9.279, e através do seu Comitê

Permanente de Aprimoramento dos Procedimentos e Diretrizes de Exame de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas (CPAPD) tem a responsabilidade de conceder o status de IG reconhecida ao solicitante, Substituto Processual, que atender aos requisitos estabelecidos no Manual de Indicações Geográficas (MIG).

O MIG é um instrumento orientativo sobre os documentos e informações que devem ser apresentadas no pedido de reconhecimento, auxiliando empresas, produtores, associações e outras partes interessadas no processo de solicitação de reconhecimento de IGs no Brasil na preparação adequada dos materiais necessários, contribuindo para a transparência e eficiência do processo de tal forma que a revisão do MIG, segundo o INPI, é um facilitador importante do processo de reconhecimento.

O INPI, permanentemente, aprimora o MIG, edita Instruções Normativas (IN), revisa e edita critérios para registro dos reconhecimentos das IGs, aumentando o nível de credibilidade, proteção e valorização dos reconhecimentos por meio de certificações de qualidade e campanhas de marketing.

Em concordância com a LPI, o INPI (2023, 2024) declara que a IG não é marca de produto ou serviço, não é marca de certificação, não é marca coletiva e não é selo, ela é um sinal que indica a origem geográfica de um determinado produto ou serviço, imprimindo-lhes qualidades e características e que proteger as IGs é proteger bens públicos, o que favorece a preservação da biodiversidade, do patrimônio cultural, promoção do turismo rural, melhoria das condições econômicas e sociais das comunidades locais, minimizando falhas.

Sindicatos, associações, entidades representativas ou outros, legalmente constituídos, para solicitarem o reconhecimento da IG junto ao INPI passam a ser uma figura jurídica denominada Substituto Processual (SP) que, uma vez concedido o reconhecimento, passa a ter direito de exclusão de terceiros, protegendo-o contra a concorrência desleal, agregando valor e credibilidade, porém as empresas ou produtores que estejam dentro da área geolocalizada e reconhecida não precisa ter vínculo com o SP.

O processo de reconhecimento IG se inicia com a decisão dos produtores, representados por seu Substituto Processual, de pleitearem o reconhecimento e, então, conhecidos os requisitos, preparam a documentação detalhada que descreve o produto ou serviço, sua ligação com a área geográfica específica e as características únicas que distinguem a região. Em seguida, preenche o requerimento formal, anexa

os documentos comprobatórios, envia os documentos ao INPI e se submete às avaliações previstas no MGI (INPI, 2023).

Após receber o pedido de registro, o INPI faz a análise de toda a documentação, realiza as inspeções, solicita informações adicionais (se pertinente) e, após cumpridas as exigências legais e, atendidos todos os requisitos, emite para o Substituto Processual a concessão do registro, dando-lhe o direito exclusivo de usar a IG para o produto ou serviço em questão com validade no território nacional. Uma IG estrangeira, para ser protegida no Brasil, os seus titulares deverão solicitar o registro no INPI da mesma maneira que as nacionais.

Por ter a função de proteção do nome geográfico, o reconhecimento da IG confere o direito de uso desse sinal, exclusivamente, aos produtores ou prestadores de serviço que se encontram na área delimitada, vinculados ou não ao Substituto Processual, porém devem atender aos requisitos do Caderno de Especificações Técnicas (CET) e se submeterem aos controles estabelecidos no CET.

Uma vez cumpridas as disposições do CET, nenhum produtor ou prestador de serviço pode ser impedido de usar o selo da IG, porém, o registro da IG impede que o nome geográfico se torne comum e que nomes comuns sejam registrados, podendo a IP ou DO servir de elementos característicos de marca para produto ou serviço de terceiros, desde que estejam na área geolocalizada da IG.

Para dar identidade nacional aos produtos e serviços que possuem IG, o INPI com a colaboração do MAPA e participação dos interessados, por meio de consulta pública, por volta de 2016, iniciaram a criação do selo nacional de IG e, em 14/10/2021, expediu a portaria n. 46/2021, que instituiu os sinais brasileiros de Indicações Geográficas, compreendendo os selos brasileiros de Indicação de Procedência e de Denominação de Origem (Ozaki; Sacconi; Fedrizzi, 2024).

A utilização do selo é facultativa e gratuita para aqueles que já possuem o registro de IG concedido pelo INPI em consonância com o estabelecido no MIG, no Manual de Identidade Visual e Uso dos sinais Brasileiros de Indicações Geográficas. Os selos brasileiros de IG complementam a estratégia de promoção da origem e colaboram com a valorização e distinção dos produtos ou serviços com IG, abrangendo uma ampla gama, desde alimentos e bebidas até produtos, por meio de uma identificação nacional.

Portanto, a IG é uma ferramenta importante para proteger a qualidade e a reputação dos produtos e serviços, tanto no mercado nacional quanto no

internacional. O Brasil tem 116 registros de IG nacionais (88 IPs e 28 DOs) e 10 registros de IGs internacionais, somente DO (INPI, 2024).

Dos 116 registros de IG, 7 IGs tipo IP estavam no Estado de São Paulo, sendo 3 (três) da cafeicultura (Alta Mogiana, Região de Pinhal e Garça), 2 (dois) calçadista (Franca, calçado masculino e Birigui, calçado infantil), 1 (um) cerâmica artística (Porto Ferreira) e 1 (um) de uvas rosada (Jundiaí), detalhados no Apêndice A.

2.4.3 Importância da cafeicultura no Brasil

A história do café se estende por séculos e continentes, se iniciando por volta do ano 800 na Etiópia, onde as cabras foram observadas comendo os frutos amarelo-avermelhados de uma planta até então desconhecida, porém, manuscritos mais antigos mencionam que a cultura do café data de 575 no Iêmen e, por volta do século XV, o café chegou ao Norte da África e entrou no mundo árabe (Martins, 2012).

Martins (2012) complementa que os árabes se tornaram os maiores produtores de café da época, tomaram medidas para manter o domínio da comercialização do produto, vendendo apenas o café torrado. Surgiu o contrabando para a Ásia e América Central a partir da quebra das barreiras protetivas pelos holandeses, que conseguiram contrabandear os frutos frescos para suas colônias asiáticas (Java, Ceilão e Sumatra) e, posteriormente, para as Antilhas Holandesas na América Central.

O café, que era consumido como remédio para combater vários males, a partir do século XVII começou a ser adotado como bebida e chegou às colônias europeias na América do Sul, através dos militares holandeses que levaram mudas para o Suriname, que depois foram levadas pelos franceses para a Guiana Francesa e as primeiras mudas chegaram ao Brasil originárias do Palácio de Versailles (Martins, 2012).

Devido às circunstâncias climáticas, relevo e solo favoráveis, em meados do século XIX, a cultura cafeeira se estabeleceu no Brasil, no vale do Rio Paraíba, estados do Rio de Janeiro e São Paulo, iniciando-se um novo ciclo econômico, que fez do café o principal produto das exportações brasileiras.

Ao longo das décadas, o Brasil passou por transformações significativas e a cafeicultura, fonte de recursos e desenvolvimento regional, colaborou intensamente com as evoluções técnicas e políticas e, ao completar mais de 200 anos, é possível

perceber a sua influência na consolidação social e espacial da sociedade brasileira (Frederico, 2017).

Na década de 1960, os modelos de produtividade utilizando tecnologias ganharam relevância e a cafeicultura brasileira adotou tais modelos, o que implicou reformas estruturais fundamentais, as quais, em conjunto com as pesquisas agrícolas realizadas pelo IAC, fundado por D. Pedro II, em 1887, reformado institucionalmente em 1924 e com a criação do IBC, através da lei 1.779 (Silva; Cortez, 1998), consolidou a cultura de exportação de café do Brasil, dando-lhe o título de maior produtor mundial de café, respondendo por cerca de um terço da produção mundial (Martins, 2012; ABIC, 2021; Brasil, 2022b; ICO, 2022).

É atualmente a segunda bebida mais consumida no mundo, só perde para a água, estando os maiores produtores na América do Sul, com o Brasil ocupando a primeira posição com esta que é a sua principal riqueza, por quase um século, produzindo mais de 3 milhões de toneladas por ano, seguido por Colômbia, Peru e Equador (ICO, 2022; Brasil, 2022b).

Na segunda posição está a Ásia e a Oceania, sendo o Vietnã o segundo maior produtor mundial, com cerca de 1,5 milhão de toneladas por ano. Os outros países asiáticos que se destacam são a Indonésia, a Índia e a Tailândia. Na Oceania, o principal produtor é a Papua-Nova Guiné (ICO, 2022; ABIC, 2021).

A terceira posição é ocupada pelo México, América Central e Caribe sendo o México o maior produtor da região. Na América Central, o destaque é para Honduras, Guatemala, Nicarágua e Costa Rica e, no Caribe, é a República Dominicana (ICO, 2022; ABIC, 2021).

A quarta região que mais produz café é a África, sendo a Etiópia o maior produtor do continente, com cerca de 750 mil toneladas por ano. Os outros países africanos que se destacam são: Uganda, Costa do Marfim e Quênia (ICO, 2022; ABIC, 2021).

O Brasil, sendo o maior produtor-exportador de café do mundo, tem o Estado de Minas Gerais como o primeiro produtor, com mais de 50% da produção nacional, o Estado do Espírito Santo como o segundo maior produtor e o Estado de São Paulo como o terceiro maior produtor e um dos mais tradicionais no cultivo deste produto (EMBRAPA, 2018; CONAB, 2023), destacado pela qualidade e sustentabilidade do produto, bem como pelo potencial turístico e cultural das regiões cafeeiras (Brasil, 2022b).

Entretanto, os maiores mercados consumidores e importadores de café do mundo são os dos Estados Unidos e países do norte da Europa, com consumo *per*

capita médio de: Finlândia (12 kg/ano); Noruega (9,9 kg/ano); Islândia (9 kg/ano); Dinamarca (8,7 kg/ano); Holanda (8,4 kg/ano); Suécia (8,2 kg/ano); Suíça (7,9 kg/ano) e Bélgica (6,8 kg/ano) (Brasil, 2022b).

Como todo produto cultivado, o café também sofre com as variações climáticas e, de quebra, ainda tem como característica a de que os pés de cafés têm uma queda natural na produção de grãos a cada dois anos. Embora existam diversas espécies de café no mundo, duas são as mais viáveis economicamente de serem exploradas: a *coffea arábica* (café arábica) e a *coffea canephora* (conilon ou robusta) (Durán *et al.*, 2017; Reichman, 2018; De Paula; Silva, 2019; Brasil, 2022b).

A cafeicultura evolui e passa a tratar das questões éticas e de sustentabilidade que envolvem os sistemas de produção, comércio justo e preços *premium* que surgem ao longo da sua cadeia de suprimentos a partir de uma nova cultura de consumo, mencionada por vários especialistas como sendo a “terceira onda do café”, onde o café não é apenas uma mercadoria com uma forte caracterização cultural, mas também um negócio global (Purnomo *et al.*, 2019).

Purnomo *et al.* (2019) apontam que o desenvolvimento da tendência de consumo de café é rápido e dinâmico e a cultura de consumo caminha para a “quarta onda” impulsionada por um modelo de consumo de café com a melhor qualidade, tornando-se uma tendência popular, bem como um negócio ampliado para construir uma nova cadeia de abastecimento diferente da condição atual, ou seja, o café deixou de ser um negócio que envolve o controle dos meios tradicionais de produção, como terra, capital e tecnologia, para passar a controlar os meios de produção e inserir os produtos no comércio global.

O café é o principal produto das exportações brasileiras, a segunda bebida mais consumida no mundo e, por quase um século, a principal riqueza nacional, dando ao Brasil a posição de maior produtor, respondendo por cerca de um terço da produção mundial (ICO, 2022; Brasil, 2022b) e, dada a importância da cafeicultura paulista, neste cenário, o foco da pesquisa está nos APLs da cafeicultura paulista, reconhecidos ou não, e nas IGs reconhecidas.

2.4.4 Revisão da literatura da Indicação Geográfica na cafeicultura

A inclusão desta revisão da literatura sobre IG na cafeicultura teve o propósito de complementar a revisão da literatura da teoria da decisão, porque o foco da

pesquisa é a cafeicultura paulista, de modo que, ao incluir os códigos derivados da literatura sobre IG nas categorias motivadores, facilitadores e barreiras identificados na teoria da decisão (como visto na Figura 5), forma-se um conjunto de códigos que dá maior significado às categorias e suporte à pesquisa de campo.

Decidir pleitear o reconhecimento IG requer dinâmicas e esforços coletivos dos cafeicultores para proteger o direito da propriedade intelectual (Quiñones-Ruiz *et al.*, 2015), superação do desafio de proporcionar condições para o desenvolvimento equitativo dos agricultores (Mancini, 2013), gerar externalidades, efeitos que possam contribuir para a distribuição desses bens públicos (Beletti *et al.*, 2015) e impactar positivamente o desenvolvimento da própria IG (Neilson; Wright; Aklimawati, 2018).

O desenvolvimento da IG, especialmente a IG da cafeicultura, exige o desenvolvimento de novas espécies de café resistentes às pragas e variações climáticas e que apresentem novos sabores, a exemplo dos cafés *Canephora* brasileiros (Baqueta *et al.*, 2023), indicando a necessidade de investimentos em tecnologia e inovação na cafeicultura e em redes agroalimentares éticas (Bidwell; Murray; Overton, 2018) que proporcionem superação de desafios.

Outros desafios estão associados à IG, os de identificar impressões digitais nos grãos de café, verdes ou torrados, que permitam determinar as suas origens (Brodie; Kracht; Hilkert, 2019), desenvolver métodos e modelos que permitam discriminar, caracterizar e diferenciar os grãos de café e compostos das diferentes regiões (Hoyos Ossa *et al.*, 2018; Dos Santos *et al.*, 2023) a exemplo do estudo desenvolvido, na Colômbia, por Arana *et al.* (2016) para construir um sistema robusto que permita tais identificações, numa metodologia descrita por Janin, Medini e Techer (2014) e assim discriminar as Denominações de Origem.

O aumento do conhecimento dos consumidores sobre IGs e a crescente importância da sustentabilidade no cenário global exigindo ações que integrem o desenvolvimento econômico e a conservação da biodiversidade estão, cada vez mais, relevantes (Marie-Vivien, 2014; Manjunatha, 2023) e os estudos associadas aos efeitos da agricultura biológica nas propriedades (Ozuna *et al.*, 2020) e a implementação de estratégias para alcançar os princípios da sustentabilidade na cadeia produtiva (Peixoto *et al.*, 2023) podem representar diferenciais significativos para as IGs.

E então, na perspectiva dos diferenciais significativos, a governança é um elemento importante no processo de desenvolvimento da IG. Quiñones-Ruiz *et al.*

(2020) buscaram entender a relação dessa governança com as ações coletivas dos grupos de produtores e a relação custos e benefícios das IGs comparadas com outros regimes de marcas registradas (Charbol; Mariani; Sautier, 2015), estimulando as decisões dos seus gestores.

Alguns efeitos e estimuladores derivados da IG foram apresentados pelos autores: Leufkens (2018), apontando a disposição de o consumidor pagar mais pelo rótulo europeu de IG; Artêncio, Giraldi e Oliveira (2022), apontando o quanto a IG impacta as respostas dos consumidores; e Purnomo *et al.* (2019), destacando que o nível de conhecimento dos consumidores já potencializa o consumo sustentável e as capacidades de as cafeterias se expandirem.

2.4.5 Procedimento de busca: Indicação Geográfica na cafeicultura

Na plataforma Web of Science, usando as palavras-chave combinadas: “Denomination of origin AND coffee”; “Geographical Indication AND coffee”; “Protected Geographical Indication AND coffee”; “Protected Designation* of Origin*” AND coffee” para publicações entre 2013 e 2023, foram encontrados 58 artigos de IGs relacionados com a cafeicultura. A base de dados dos 58 artigos identificados foi introduzida no software Bibliometrix (Aria; Cuccurullo, 2017) e deles foram selecionados os mais citados, totalizando 25 artigos.

O critério de exclusão e qualificação dos artigos é fundamental para filtrar e avaliar a relevância dos mesmos (Conforto; Amaral; Da Silva, 2011) e, assim, o pesquisador determinou que, após a leitura dos elementos-chave dos 25 artigos presentes na base de dados (Bardin, 2011), fossem excluídos aqueles que não relacionavam a Indicação Geográfica (IG) com a cafeicultura.

Com base naquele critério, foram excluídos 2 artigos, 1 por tratar dos sistemas agroflorestais do café em Kodagu, Índia, sem relação com IG e o outro por abordar a solução para autenticação dos grãos de café verde utilizando a técnica de espectroscopia do infravermelho próximo (NIRS), técnica que pode ser empregada independentemente de o café estar em uma região com IG.

Os 23 artigos selecionados e relacionados com IGs e APLs apontam caminhos para o processo de construção da IG (Galtier *et al.*, 2013) associado ao papel do Estado na racionalização das ações necessárias ao processo (Barjoulle *et al.*, 2017)

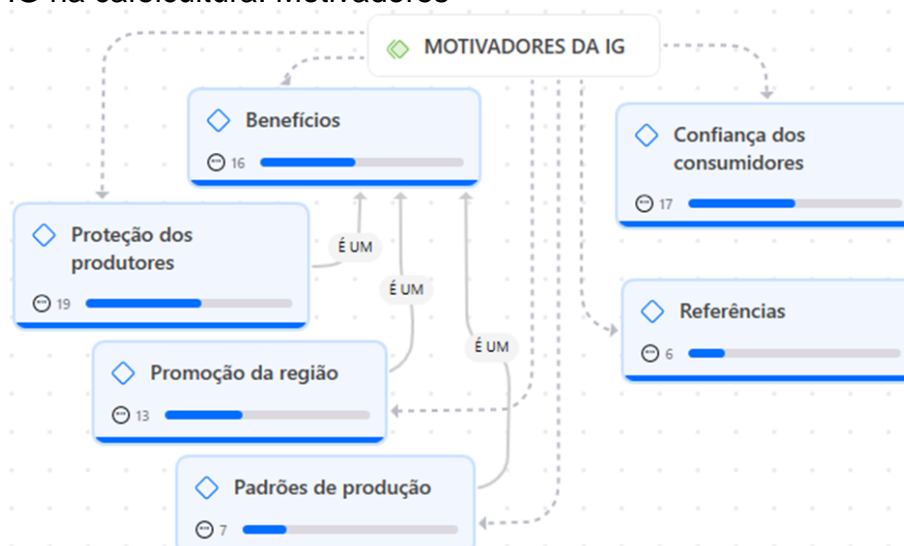
com capacidade para promover o desenvolvimento (Grabs, 2020), gerando fatores que influenciem os agricultores a adotarem a IG (Laksano *et al.*, 2022).

Seguindo a etapa 2 do fluxo da revisão da literatura (ver Figura 1), foram codificados os elementos presentes nos 23 artigos da IG na cafeicultura identificados como motivadores para que os produtores pleiteiem o reconhecimento IG.

2.4.6 Motivadores para a tomada de decisão

Dessa codificação surgem os novos códigos que complementam os da teoria da decisão, apresentados na Figura 7 com as suas respectivas magnitudes.

Figura 7 - IG na cafeicultura: Motivadores



Fonte: Elaborada pelo autor (usando o Atlas.ti, 2024)

Os principais códigos derivados da literatura da IG da cafeicultura apresentados na Figura 7 foram: **Benefícios** (magnitude 16), **Confiância dos consumidores** (magnitude 17) e **Referências** (magnitude 6), sendo que o código Benefícios destaca a **Proteção dos produtores** (magnitude 19), **Promoção da região** (magnitude 13) e **Padrões de produção** (magnitude 7) como os principais benefícios da IG na cafeicultura. Esses códigos, autores e citações, compondo a categoria motivadores da tomada de decisão, estão no Quadro 4 e serão adicionados aos identificados na teoria da decisão.

Quadro 4 - Códigos dos Motivadores IG

Códigos	Autores_Ano	Citações: motivadores
Proteção dos produtores	QUINONES et al_2015	Proteção legal dos direitos de propriedade intelectual. Apenas os produtores na área definida podem se beneficiar da IG. Proteção fora do país de origem. Não podem ser vendidas nem deslocalizadas.
	MANCINI_2013	Previne apropriação de nomes geográficos por grupos não ligados à área.
	MARIE VIVIEN_2014	confere direitos exclusivos sobre o nome e valor agregado aos produtos
	NEILSON_2018	Proteção dos valores ambientais e culturais. Garante algum controle sobre a diferenciação do produto.
	PURNOMO et al_2019	protege a singularidade do ambiente e as características culturais de onde o café é produzido.
	JANIN_MEDINI_TECHER_2014	garante relativa proteção dos consumidores e dos produtores honestos.
	CHABROL_MARIANI_SAUTIER_2015	Protege os produtos contra flutuações de preços de mercado. Protege o conhecimento indígena.
Benefícios	ARTENCIO_GIRALDI_OLIVEIRA_2022	melhoria da renda dos produtores, otimização das condições socioambientais e valorização do valor agregado.
	BRODIE_2019	produtos provenientes de determinadas regiões atraem preços mais elevados no mercado
	MANCINI_2013	Os produtos IG são vendidos a preços mais elevados.
	PURNOMO et al_2019	café obtém preços premium
	QUINONES et al_2015	produtos IG analisados obtiveram um preço superior em comparação com o padrão correspondente.
	LAKSONO et al_2022	A atitude, o controle comportamental e o benefício econômico são fatores importantes para adoção de IG.
	DOS SANTOS et al_2023	agrega valor econômico e estabelece o diferencial competitivo do produto ou serviço.
	PEIXOTO et al_2023	o consumo fora de casa está continuamente a crescer à medida que os estilos de vida mudam.
	BELETTI et al_2015	Emprego, rendimento. Desenvolvimento do turismo, das atividades de lazer e da produção artesanal.
	NEILSON_2018	Estimula o desenvolvimento rural mais amplo e a redução da pobreza.

Continua...

Continuação

Códigos	Autores_Ano	Citações: motivadores
Confiança dos consumidores	ARTENCIO_GIRALDI_OLIVEIRA_2022	IG modula a percepção e aceitação dos alimentos pelo consumidor. Comunica a reputação e as características de qualidade dos produtos.
	QUINONES et al_2015	Reputação coletiva compreendida, reconhecida e valorizada pelos produtores e processadores locais.
	LEUFKENS_2018	Disposição elevada e positiva dos consumidores para pagar pelos rótulos da IG.
	PEIXOTO et al_2023	Consumidores buscam maior especificidade de origem.
	HOYOS OSSA et al_2018	A DO dá aos consumidores confiança sobre a garantia correta da origem.
	GALTIER_BELLETTI_MARESCOTTI_2013	A reputação e características do produto é atribuível à sua origem geográfica. Grandes torrefadores podem utilizá-la no mercado final.
	GRABS_2020	Utilizada com facilidade para estabelecer fortes reputações nacionais de produção.
	NEILSON_2018	Estratégia difundida e reconhecida para agregar valor nos pontos de consumo.
Promoção da região	NEILSON_2018	Iniciativa de desenvolvimento para comunidades rurais mais atrasadas.
	BAQUETA et al_2023	o café tem um impacto positivo na promoção destas populações e na inclusão social
	BELETTI et al_2015	É ação coletiva de promoção e controle.
	PURNOMO et al_2019	Mudou o consumo de café globalmente.
	PEIXOTO et al_2023	países produtores estão consumindo cada vez mais café.
	QUINONES et al_2015	Maior visibilidade, melhor acesso a novos mercados.
	MANCINI_2013	Oportunidade para os países em desenvolvimento entrarem em nichos de mercado lucrativos.
Padrões de produção	ARTENCIO_GIRALDI_OLIVEIRA_2022	Permite que os produtores estabeleçam padrões de produção e criem vantagens competitivas.
	QUINONES et al_2015	Permite aos produtores definir padrões de qualidade e defender a reputação dos seus produtos.
	BAQUETA et al_2023	Evolução nos padrões de qualidade, incluindo cultivo, processamento e pós-colheita.
	BARJOLLE et al_2017_2023	Gestão da qualidade, importante impulsionador potencial para a implementação da IG.
	GALTIER_BELLETTI_MARESCOTTI_2013	Delimita área de produção, define as normas do processo produtivo e da qualidade do produto.
	MANCINI_2013	Têm o potencial de religar a produção aos aspectos sociais, culturais e ambientais de locais específicos.
Referência	MARIE VIVIEN_2014	O cultivo do café deixou sua marca na paisagem e na mente das pessoas.
	BARJOLLE et al_2017	Registro do Café da Colômbia na Colômbia e na União Europeia. Café do Quênia.
	GRABS_2020	“café colombiano” marca na mente dos consumidores. Imagem de agricultura familiar e de alta qualidade.
	DOS SANTOS et al_2023	Cerrado Mineiro, a primeira região do Brasil a obter a certificação DO para grãos de café

Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme os autores do Quadro 6, o código “Proteção dos produtores” representa o principal benefício identificado na literatura da IG, em conformidade com a LPI n. 9.279, dá proteção aos valores culturais e ambientais e confere aos produtores direitos exclusivos contra atos de má fé, contrafação ou fraude e a garantia de origem conferida ao nome geográfico e ao valor agregado aos produtos.

O código “Benefícios”, por sua vez, representa melhoria da renda dos produtores, aumento do nível de emprego, desenvolvimento rural e do turismo e redução da pobreza, adicionando aos benefícios a “Promoção da região” que, ao destacar a reputação da região, estimula o mercado consumidor (Galtier; Belletti; Marescotti, 2013) e os produtores estabelecem “padrões de produção” que aumentam a qualidade dos produtos.

A comunicação com o mercado consumidor reforça as características do produto e a história da região, exigindo “Padrões de produção” para sua composição e proteção contra variações na produção (Artêncio; Giraldi; Oliveira, 2022), o que contribui para o controle territorial no setor agroalimentar (Galtier; Belletti; Marescotti, 2013) e permite lidar com desafios ambientais, usando a eficiente gestão de recursos locais (Barjolle *et al.*, 2015).

A “Confiança dos consumidores”, derivada das características específicas e da qualidade do produto obtida do controle dos processos de produção e dos diferenciais do produto (Neilson; Wright; Aklimawati, 2018), da legitimidade e da exclusividade do nome que agrega valor e estimula a apropriação da IG pelos grupos locais (Marie-Vivien, 2014), gera promoção do desenvolvimento socioeconômico, dos aspectos culturais e de qualidade que tornam as IGs relevantes para setores específicos.

Ter “Referência” de IGs de sucesso no setor cafeeiro, que deixaram marcas na paisagem e na mente das pessoas (Marie-Vivien, 2014) – tais como: café da Colômbia, café do Quênia (Barjolle *et al.*, 2017; Grabbs, 2020) e Cerrado Mineiro, a primeira região do Brasil a obter a certificação DO para grãos de café (Dos Santos *et al.*, 2023) –, tem servido de exemplo e estimulado a busca pelo reconhecimento de IG.

Desse modo, os códigos da categoria motivadores para a tomada de decisão por IG a serem adicionados aos da teoria de decisão são os do Quadro 4 e, na fase seguinte, o propósito é gerar códigos para categoria facilitadores.

2.4.7 Facilitadores para a tomada de decisão

Ainda seguindo a etapa 2 do fluxo da revisão da literatura (Figura 2), foram codificados os elementos presentes nos artigos da IG na cafeicultura identificados como facilitadores para que os produtores pleiteiem o reconhecimento IG. Dessa codificação surgem os novos códigos que complementam os da teoria da decisão, apresentados na Figura 8 com as suas respectivas magnitudes.

Figura 8 - IG na cafeicultura: Facilitadores



Fonte: Elaborada pelo autor (usando o Atlas.ti, 2024)

Os principais códigos derivados da literatura da IG da cafeicultura apresentados na Figura 8 foram: **Produtores organizados** (magnitude 8) e **Disponibilidade de recursos** (magnitude 2). Esses códigos, autores e citações, compoem a categoria facilitadores da tomada de decisão, estão Quadro 5 e serão adicionados aos identificados na teoria da decisão.

Quadro 5 - Códigos dos Facilitadores IG

Códigos	Autores_Ano	Citações: facilitadores
Produtores organizados	LAKSONO et al_2022	Motivação económica. Atitudes em relação às práticas de IG. Percepções sobre os benefícios que serão obtidos.
	BELETTI et al_2015	Laços com o território. Dependência da proteção dos recursos locais e do produto. Consciência das partes interessados locais de preservação e valorização.
	QUINONES et al_2015	Instituições bem estabelecidas. Existência de governança e esforços coletivos para o registo eficaz da IG.
Disponibilidade de recursos	QUINONES et al_2015	Acesso a fundos de promoção e ajuda ao investimento. Apoio externo ao desenvolvimento rural.
	MANCINI_2013	Quando os recursos financeiros públicos são limitados o Estado pode intervir para remover obstáculos.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

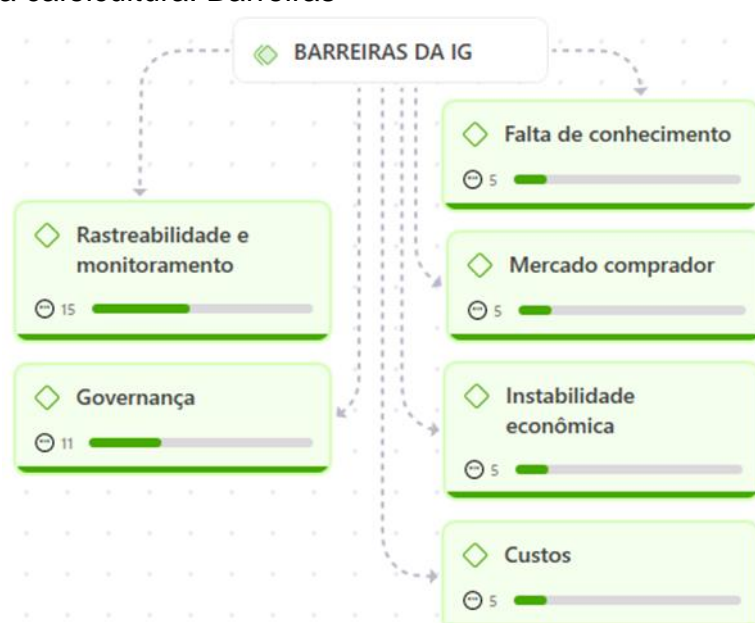
Conforme os autores do Quadro 5, o código “Produtores organizados” corresponde a existir no território instituições com governança e esforços coletivos, produtores com percepções dos benefícios que a IG pode proporcionar, que tenham laços com o território e que exista a consciência das partes interessadas locais da preservação e valorização da região. Tem-se aí um facilitador da tomada de decisão favorável pelo reconhecimento IG e o código “Disponibilidade de recursos” corresponde a ter disponibilidade de recursos financeiro e apoio externo que incentivem o desenvolvimento rural.

Desse modo, os códigos da categoria facilitadores para a tomada de decisão por IG a serem adicionados aos da teoria de decisão são os do Quadro 5 e na fase seguinte, o propósito é gerar códigos para a categorias barreiras.

2.4.8 Barreiras para a tomada de decisão

A tomada de decisão pode ser dificultada por barreiras, podendo impedir uma tomada de decisão favorável. Seguindo a etapa 2 do fluxo da revisão da literatura (Figura 2), foram codificados os elementos presentes nos artigos da IG na cafeicultura identificados como barreiras para que os produtores pleiteiem o reconhecimento IG. Dessa codificação surgem os novos códigos que complementam os da teoria da decisão, apresentados na Figura 9 com as suas respectivas magnitudes.

Figura 9 - IG na cafeicultura: Barreiras



Os principais códigos derivados da literatura da IG da cafeicultura apresentados na Figura 9 foram: **Rastreabilidade e monitoramento** (magnitude 15) e **Governança** (magnitude 11) seguidos de **Falta de conhecimento**, **Mercado comprador**, **Instabilidade econômica** e **Custos**, cada um deles com magnitude 5. Esses códigos, autores e citações, compoem a categoria barreiras da tomada de decisão, estão Quadro 6 e serão adicionados aos identificados na teoria da decisão.

Quadro 6 - Códigos das Barreiras IG

Códigos	Autores_Ano	Citações: barreiras
Rastreabilidade e Monitoramento	JANIN_MEDINI_TECHER_2014; BAQUETA et al_2023; BRODIE_2019; DOS SANTOS et al_2023; HOYOS OSSA et al_2018; QUINONES et al_2015	estabelecer ferramentas para controlar as especificações; desenvolvimento científico de máquinas de avaliação de espectroscopia no infravermelho próximo (NIRs); impressões digitais de isótopos de hidrogênio e oxigênio para determinar o país de origem dos grãos de café.
	MARIEVIVIEN_2014	Garantir a rastreabilidade ao longo da cadeia de abastecimento.
	QUINONES et al_2015	criar medidas físicas ou institucionais para excluir utilizadores não autorizados.
Governança	CHABROL_MARIANI_SAUTIER_2015	falta de um quadro jurídico forte e adequado e de envolvimento do Estado ... limitante para o sucesso do desenvolvimento das IGs.
	CHABROL_MARIANI_SAUTIER_2015; GALTIER_BELLETTI_MARESCOTTI_2013; QUINONES et al_2015; NELSON_2018	apoio institucional inadequado; construir sistema de governança eficaz para a IG; criação do recurso comum (propriedade intelectual) e sua gestão; Ligação com mercados intemédios e finais.
	CHABROL_MARIANI_SAUTIER_2015	Ação coletiva e coordenação da cadeia de abastecimento; criar código de práticas ou especificações.
	QUINONES et al_2015; NELSON_2018	Não existem sistemas jurídicos mundiais unificados para as IGs; não considera a distribuição de benefícios ao longo da cadeia de abastecimento.
Falta de conhecimento	BARJOLLE et al_2017; MANCINI_2013	as IG ainda são muito novas; o interesse dos países em desenvolvimento por IG é muito recente.
	MANCINI_2013; BARJOLLE et al_2017; GALTIER_BELLETTI_MARESCOTTI_2013	Ação conjunta é desconhecida por muitos produtores; Dificuldade de transmitir informações sobre a IG aos consumidores; Capacidade dos atores locais de elaborar diferenciais relevantes
Mercado comprador	GALTIER_BELLETTI_MARESCOTTI_2013; NELSON_2018	o mercado cafeeiro é, basicamente dirigido para o comprador; torra, comercialização (atributos simbólicos), e serviços prestados em bares e cafeterias; relutância dos torrefadores em usar IGs.
	MANCINI_2013	produtos semelhantes ao produto "típico" obtidos com métodos "industriais" a custos de produção muito mais baixos.
Instabilidade econômica	QUINONES et al_2015; PEXOTO et al_2023	As práticas agrícolas são afetadas pela pressão do mercado livre; custos de produção: insumos, mão de obra e transporte, inconstância dos preços e condições de trabalho na produção do café.
Custos	LAKSONO et al_2022; MANCINI_2013	IG exige trabalho e custos. Aumenta os preços dos produtos mas os custos de produção se elevam; Os benefícios da IG podem não compensar o custo; podem contribuir para a exclusão dos agricultores em áreas marginalizadas.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Conforme os autores do Quadro 6, devido às exigências técnicas para o reconhecimento IG, o principal código é a "Rastreabilidade e Monitoramento". Monitoramento por ter que estabelecer ferramentas objetivas para controlar as

especificações e desenvolver métodos analíticos precisos para garantir a autenticidade do produto (Janin; Medini; Techer, 2014) e rastreabilidade por ter que garantir, ao longo de toda a cadeia de abastecimento, a identificação e a qualidade dos insumos utilizados nos processos produtivos e incorporar práticas ambientais na definição da IG (Marie-Vivien, 2013).

O código “Governança” corresponde à dificuldade de construção de sistema de governança eficaz com ação coletiva e coordenação que considere a distribuição dos benefícios ao longo da cadeia de abastecimento, criação de medidas físicas ou institucionais para excluir utilizadores não autorizados e prevenir o parasitismo, devendo a governança da IG realizar tanto a criação do recurso comum (propriedade intelectual) como a gestão, provendo sua proteção (Quiñones *et al.*, 2015).

Portanto, a governança da IG que abrange questões estratégicas, ambientais, legais e sociais, requer aprimoramento da ação coletiva, coordenação na cadeia de abastecimento e elaboração de um sistema de garantia local com previsão de rastreabilidade e monitoramento (Chabrol; Mariani; Sautier, 2015), aspectos enfrentados pelos envolvidos com as IGs em diferentes regiões e contextos.

O código “Falta de conhecimento” pode ser justificado pelo interesse dos países em desenvolvimento por IG ser recente, o que aumenta a necessidade de estudos sobre o potencial de desenvolvimento econômico relacionado às IG (Mancini, 2013) e, em sendo muito novas, têm dificuldade em transmitir informações aos consumidores sobre a importância da indicação da origem dos produtos e sofre pela falta de infraestrutura institucional para rastrear e monitorar a origem dos grãos de café (Barjolle *et al.*, 2017).

O código “mercado comprador”, corresponde à cadeia de abastecimento de produtos dirigida para o comprador, que nem sempre é o consumidor final e cujo valor econômico do café no mercado final não é gerado apenas pelas formas de combinar diferentes cafés em blends, torra e comercialização e enfrenta a relutância dos torrefadores em usar café com IG (Galtiér; Belletti; Marescotti, 2013).

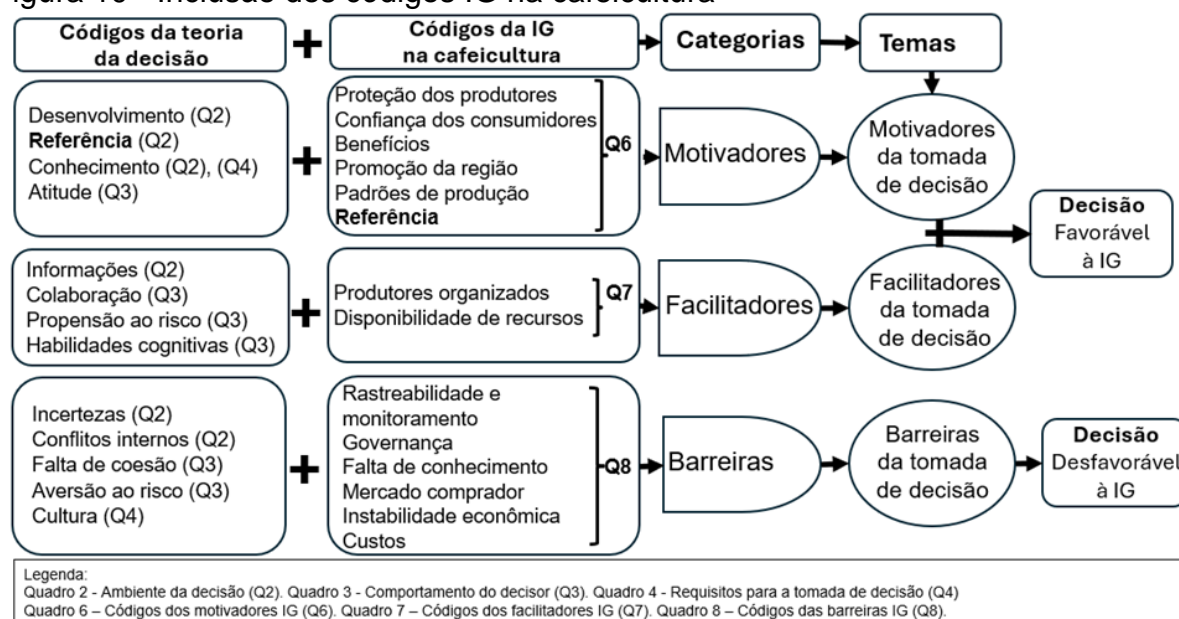
O código “instabilidade econômica” foi identificado na inconstância dos preços do café e o código “custos” foi identificado nos insumos, mão de obra e transporte usados na produção e condições da produção de café (Peixoto *et al.*, 2023). Essas práticas agrícolas são também afetadas pela pressão do mercado livre para produzir mais alimentos (Quiñones *et al.*, 2015).

Dessa dinâmica do mercado agrícola no qual o setor cafeeiro está inserido, os produtores podem deduzir que os benefícios da IG não compensam os custos envolvidos (Mancini, 2013), mesmo existindo a expectativa de aumento dos preços dos produtos, ainda assim a IG exige uma quantidade significativa de trabalho e “custos” (Laksono *et al.*, 2022), logo, essas barreiras requerem superação para que a decisão seja favorável, caso contrário, a decisão será por não obter o reconhecimento de IG.

2.4.9 Códigos obtidos da literatura da IG na cafeicultura

Os códigos derivados da revisão da literatura da IG na cafeicultura são agora incorporados em cada uma das categorias Motivadores (Quadro 4), Facilitadores (Quadro 5) e Barreiras (Quadro 6), previamente estabelecidas na revisão da literatura da teoria da decisão, formando a Figura 10.

Figura 10 - Inclusão dos códigos IG na cafeicultura



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

O código “referência”, gerado na teoria da decisão, está presente na revisão da literatura da IG na cafeicultura e, assim, o conjunto de códigos da teoria da decisão e IG na cafeicultura, compondo as categorias motivadores, facilitadores e barreiras estão na Figura 10, de tal forma que os motivadores e facilitadores promovem uma decisão favorável a pleitear o reconhecimento IG e as barreiras uma decisão desfavorável.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo tem o objetivo de detalhar as estratégias utilizadas na condução da pesquisa, apresentando a abordagem, o tipo de pesquisa, instrumentos e procedimentos de coleta de dados, participantes da pesquisa e o tratamento e análise dos dados, visando garantir a replicabilidade do estudo e a validade dos resultados obtidos.

3.1 Abordagem da pesquisa

Esta é uma pesquisa de caráter qualitativo, pois, segundo Creswell e Creswell (2021, p. 3), “a pesquisa qualitativa busca entender o significado atribuído por indivíduos ou grupos a um fenômeno social ou humano”, o que está de acordo com o objetivo do estudo (identificar os elementos motivadores, facilitadores e barreiras existentes na IG para que os produtores do APL tomem a decisão por pleitear o reconhecimento da IG).

Segundo Yin (2015), a pesquisa qualitativa favorece a visão holística da realidade e dos acontecimentos reais, dado ao caráter de investigação empírica de fenômenos contemporâneos, possibilitando suas explicações e é muito aplicada nas áreas de ciências sociais, psicologia e outras na busca do entendimento do significado atribuído por indivíduos ou grupos a um fenômeno social ou humano.

A pesquisa qualitativa se sobressai às outras por permitir aprofundar os estudos de ampla gama de tópicos, simples e cotidianos, dando ao pesquisador maior liberdade para selecionar os temas de interesse com destaque para o encontro de fontes múltiplas de evidência ao invés de fonte única, contribuindo, de maneira significativa, com as revelações sobre o que se está estudando (Yin, 2016).

Existe a confiança nas visões dos participantes da pesquisa que, ao responderem às perguntas do roteiro de entrevistas, possibilitem a construção dos significados (Creswell; Creswell, 2021) com a possibilidade de responderem aos objetivos da pesquisa, estando a pesquisa qualitativa adequada para explorar as percepções, motivações e experiências dos diferentes atores envolvidos (Creswell; Creswell, 2021), como produtores, instituições de ensino e pesquisa, governo e outras entidades relevantes.

O desenvolvimento da pesquisa seguiu um fluxo com as seguintes etapas básicas: 1) Revisão da literatura; 2) Pesquisa exploratória; 3) Seleção dos participantes da pesquisa com base no modelo tríplice hélice; 4) Coleta de dados; 5) Análise dos dados.

3.2 Tipo de pesquisa, instrumentos e procedimentos de coleta de dados

Pesquisa qualitativa de natureza exploratória com o propósito de identificar os motivadores, facilitadores, barreiras para que entidades gestoras de APLs decidam pleitear o reconhecimento de IG com a possibilidade de serem identificados outros elementos que possam complementar as recomendações para que outros APLs também pleiteiem o reconhecimento.

Por ser de natureza exploratória, permite uma investigação inicial sobre um campo que ainda carece de estudos abrangentes, oferecendo flexibilidade para identificar novas variáveis e hipóteses que podem emergir durante o processo (Yin, 2016) e, pela natureza comparativa, possibilita a identificação de padrões, semelhanças e diferenças (Yin, 2016), podendo fornecer insights valiosos, pela correspondência de padrões.

Portanto, a natureza exploratória desta pesquisa se justifica pela necessidade de compreender em profundidade os fenômenos complexos e inter-relacionados que envolvem motivadores, facilitadores e barreiras para a tomada de decisão e foi escolhida porque, conforme Yin (2016), permite examinar acontecimentos contemporâneos sem manipular os comportamentos relevantes, responde a questões, “como e por que” e permite que se faça conexões entre operações que ocorram ao longo do tempo.

3.2.1 Instrumento de coleta de dados

A construção do instrumento de coleta de dados foi baseada na questão problema, objetivos e teoria da decisão, conforme o Quadro 7.

Quadro 7 - Tese, questão problema, objetivos, métodos e teoria

Título	Questão problema	Objetivo geral	Objetivos específicos	Métodos
Motivadores, facilitadores e barreiras para um Arranjo Produtivo Local Decidir Pleitear reconhecimento de Indicação Geográfica	Porque o interesse dos produtores pelo reconhecimento da IG ainda é tímido, no Brasil?	Investigar os motivadores, facilitadores e barreiras que influenciam a tomada de decisão dos produtores de APLs por pleitearem o reconhecimento de Indicação Geográfica.	a) Identificar os atores que contribuem com o processo de obtenção de IG por APLs da cafeicultura paulista.	Literatura e documentos
			b) Identificar os motivadores, facilitadores e barreiras para que um APL decida pleitear o reconhecimento IG.	Entrevistas com (INPI, MAPA, SDE-SP, SAA-SP). Entrevistas com (IFSP, SEBRAE). Entrevistas com gestores dos APLs (Caconde, Divinolândia e São Sebastião da Grama)
			c) Propor diagrama para a tomada de decisão em APL por pleitear o reconhecimento IG.	Entrevistas com os SPs das IGs (Alta Mogiana, Pinhal e Garça) Comparação e interpretação dos dados

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

O instrumento de coleta de dados é composto por roteiros de entrevistas, elaborados e adaptados para cada um dos entrevistados do Quadro 7. Os roteiros estão sistematizados no Quadro 8 e apresentados de forma completa no Apêndice C.

Quadro 8 - Síntese dos roteiros de entrevistas

Governo			
SDE-SP	MAPA	SAA-SP	INPI
Motivação e incentivo do governo para APL. Motivação do produtor para APL. Aspectos relevantes para inclusão do APL na política pública. Dificuldades no processo de reconhecimento do APL. Regiões com APL evoluíram? Normas legais facilitam a atuação da SDE-SP.	Motivação e incentivo do governo para APL e IG. Motivação do produtor. Dificuldades nos processos de reconhecimento. APL reconhecido facilita IG? Avanços das regiões com APL/IG. Porque existem poucas IGs? Normas legais facilitam a atuação do MAPA?	Motivação e incentivo do governo para APL e IG. Motivação do produtor. Avanços das regiões com APL/IG. APL reconhecido facilita IG? Efeitos para a região. Normas legais facilitam a atuação da SAA-SP?	Dificuldades e facilitadores para concessão do reconhecimento IG. Evolução do processo de reconhecimento. O consumidor valoriza? Motivação do governo para incentivar IG. APL formalizado facilita o processo IG?
Instituição de Ensino e Pesquisa (Universidade)			
IFSP	SEBRAE		
Motivação para incentivar os produtores para APL/IG. Atividades desenvolvidas junto aos produtores. Dificuldades identificadas para apoiar o produtor. O reconhecimento APL promove o desenvolvimento da região? APL reconhecido facilita IG? APL/IG influencia intenção de compra dos consumidores? Efeitos do reconhecimento APL/IG.	Motivação para incentivar os produtores para APL/IG. Atividades desenvolvidas junto aos produtores. Dificuldades identificadas para apoiar o produtor. O reconhecimento APL promove o desenvolvimento da região? APL reconhecido facilita IG? APL/IG influencia intenção de compra dos consumidores? Efeitos do reconhecimento APL/IG.		
Gestor do APL e Substituto Processual (IG)			
ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL)	INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG)		
Motivos para a busca do reconhecimento APL. Facilitadores do processo APL. Dificuldades no processo APL. Vantagens e desvantagens. Agentes da cadeia de suprimentos. Qual IEP participou do processo e qual a contribuição? Qual órgão do governo participou do processo e qual a contribuição? Estrutura organizacional (governança). Efeitos do APL. Existe interesse pelo reconhecimento IG? Quais aspectos motivaria a busca pelo reconhecimento IG?	Motivos para a busca do reconhecimento IG. Facilitadores do processo IG. Dificuldades no processo IG. Instituições de ensino que apoiaram? Órgãos do governo que fomentaram ou apoiaram? Estrutura organizacional (governança). Consumidor brasileiro conhece e valoriza a IG? Ações para tornar a IG conhecida e valorizada. Efeitos do reconhecimento da IG. Recomendações para que APLs busque IG.		

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

3.2.2 Procedimentos de coleta de dados

A coleta dos dados foi feita por meio da análise dos documentos extraídos dos sites dos órgãos dos governos federal, estadual, SEBRAE e IFSP e das entrevistas semiestruturadas (Yin, 2015), conforme Quadro 9.

Quadro 9 - Fases da coleta de dados: documental e campo

Fase	Atividade	Objetivos	Origem do dado	Instrumento
DOCUMENTAL	Análise dos documentos	Definição do foco da pesquisa.	Sites: INPI, MDIC, SDE-SP.	Documentos
	Análise dos documentos	Identificar as instituições que atuam ou contribuem com o processo de obtenção de IG por APLs da cafeicultura paulista	Sites: INPI, MAPA, MDIC, SDE-SP, SAA-SP, IFSP, SEBRAE.	Documentos
CAMPO	Entrevistas	1) Identificar os motivadores, facilitadores e barreiras para que um APL decida pleitear o reconhecimento IG: SDE-SP , foco no APL; INPI , foco na IG; MAPA, SAA-SP, IFSP e SEBRAE , foco nos APLs e IGs.	SDE-SP INPI MAPA SAA-SP IFSP e SEBRAE APL IG	Roteiros de entrevistas
		2) Propor diagrama para a tomada de decisão em APL por pleitear o reconhecimento IG.		

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Da análise documental foram identificados os participantes da pesquisa, são eles: 1) órgãos executivos do governo federal (INPI, MAPA e SEBRAE); 2) órgãos executivos do governo estadual (SDE-SP e SAA-AP); e 3) o IFSP.

Os dados da fase campo foram obtidos dos APLs (gestores) e das IGs (substitutos processuais), componentes das unidades de análise e dos pesquisadores, diretores e responsáveis pelos órgãos executivos dos governos federal e estadual a partir do instrumento pesquisa adaptado aos respectivos objetivos.

Todas as entrevistas foram agendadas por e-mail ou *whatsapp* após a concordância dos entrevistados com as datas e horários estabelecidos e, antes de iniciar a entrevista, o pesquisador explicou o trabalho, seus respectivos objetivos, geral e específicos, e então solicitou autorização para a gravação. Após a obtenção da autorização, iniciou a entrevista.

INPI, órgão executivo do governo federal, responsável pelo reconhecimento da IG, o diretor e a responsável pela análise e parecer dos processos de reconhecimento de IGs foram entrevistados com o objetivo de que apontassem os motivadores, facilitadores e barreiras já identificados nos processos de reconhecimento de IG e obter recomendações para quem pleitear reconhecimento IG.

SEBRAE, órgão executivo do governo federal, que atua intensamente na identificação, desenvolvimento, apoio à formação e treinamento de APL e IG, a consultora que atua diretamente nos processos de identificação, formação e treinamento foi entrevistada para identificar motivadores, facilitadores e barreiras e obter recomendações para que o APL decida pleitear o reconhecimento IG.

MAPA, órgão executivo do governo federal, o auditor responsável pelas ações junto aos APLs e IGs foi entrevistado com objetivo de identificar motivadores, facilitadores e barreiras para que o APL decida pleitear o reconhecimento IG, identificar o tipo de apoio e fomento disponibilizado aos APLs e IGs e obter recomendações para o APL pleitear reconhecimento IG.

SAA-SP, órgão do governo estadual, atua na identificação, desenvolvimento, apoio à formação e treinamento de APLs e IGs, a entrevistada foi a pesquisadora responsável por identificação formação e treinamento de APL e IG com o objetivo de identificar os motivadores, facilitadores e barreiras e obter recomendações para APL pleitear reconhecimento IG.

SDE-SP, órgão do governo estadual que confere reconhecimento aos APLs e através de editais concede fomento aos que forem reconhecidos, a entrevistada foi a diretora de reconhecimento de APLs para identificar motivadores, facilitadores e barreiras e obter recomendações para que o APL decida pleitear o reconhecimento IG.

IFSP, atua intensamente na identificação, desenvolvimento, apoio à formação e treinamento de APL e IG, o entrevistado foi o pesquisador de APL e IG, com o objetivo de identificar motivadores, facilitadores e barreiras e obter recomendações para que o APL decida pleitear o reconhecimento IG.

APL, foram entrevistados os gestores com o objetivo de identificar os motivadores, facilitadores e barreiras para que os produtores dos APLs decidam pleitear o reconhecimento de IG.

IG, foram entrevistados, com os objetivos de que os substitutos processuais indiquem os motivadores, facilitadores e barreiras identificados no processo, antes e após o reconhecimento da IG e obter recomendações para que o APL decida pleitear o reconhecimento IG.

3.3 Participantes da pesquisa

Esta pesquisa, focada nos APLs da cafeicultura do Estado de São Paulo, teve seus participantes selecionados por atuarem diretamente com APLs com e sem reconhecimento IG. Todos os participantes têm conhecimento e experiência suficientes para apontar os aspectos relevantes que motivam, facilitam ou dificultam a tomada de decisão e estão representados no Quadro 10.

Quadro 10 - Papéis dos participantes da pesquisa

Atores	Instituição	Papéis	Instrumento
Governo Federal	INPI	Análise técnica, jurídica e reconhecimento da IG	LPI 9.279 de 14/05/96; Portaria 04 de 12/01/22: registro IG; Portaria 46 de 14/10/21: selo IG; Manual de IG. Normativas.
	MAPA	Apoio e fomento aos APLs e IGs	Editais
	SEBRAE	Apoio e treinamento	Editais
Governo Estadual	SDE-SP	Fomento de APLs	Decreto 54.654 de 07 de agosto de 2009. Editais
	SAA-SP	Apoio aos produtores rurais, associações, sindicatos	Câmaras setoriais e temáticas
IEP (Universidade)	IFSP	Apoio e treinamento	Editais
Empresa	APL	Aglomerar empresas localizadas no mesmo território	Associação, sindicato ou outro
	IG	Instrumento de propriedade intelectual que protege e dá identidade aos produtos ou serviços	Manual de IG.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Tanto os APLs quanto as IGs envolvem diversos atores, o Quadro 10 apresenta os órgãos do governo federal responsáveis pelo reconhecimento IG, apoio, fomento e treinamento, órgãos do governo estadual que fomentam, apoiam e treinam os

produtores rurais, associações e sindicatos e a universidade que apoia e treina os atores dos APLs e IGs.

Todos esses atores desempenham papéis primordiais na direção do desenvolvimento local e regional e as suas interações são determinantes do crescimento sustentável dos APLs e IGs com o consequente desenvolvimento local e regional, de tal forma que os governos federal e estadual, representados por seus órgãos executivos, atuam da seguinte forma:

- Governo federal: o INPI é o responsável pelo reconhecimento das IGs, o MAPA é responsável pelo apoio, fomento, treinamento e capacitação dos APLs e IGs e SEBRAE instituição de apoio que atua diretamente identificando, estimulando a formação, desenvolvimento e reconhecimento dos APLs e IGs;
- Governo estadual: a SDE-SP é a responsável pelo reconhecimento de APLs no Estado de São Paulo e a SAA-SP é a responsável pelo apoio, treinamento e capacitação de APLs e IGs.

O INPI, baseado na Lei de Propriedade Industrial (LPI-9.279) e nas normativas em vigor, concede o registro legal de IG no Brasil, tendo a responsabilidade de realizar a análise técnica e jurídica dos processos submetidos e de reconhecer os pedidos que satisfaçam as condições necessárias para a concessão do registro, porém não possui competência estabelecida em lei para fiscalizar ou realizar o controle dos direitos concedidos. Embora não tenha relação direta com APLs, está envolvido na articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre as empresas e outros atores locais, como associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa e outros (INPI, 2022b, 2022c, 2023).

O MAPA atua com os produtores rurais como uma das instâncias de fomento das atividades e ações para APLs e IG de produtos agropecuários com o suporte técnico da Coordenação de Agregação de Valor (CAV), vinculada à Coordenação-Geral de Cooperativismo, Associativismo Rural e Agregação de Valor (CGCOAV) do Departamento de Desenvolvimento das Cadeias Produtivas e de Indicações Geográficas (DECAP) da Secretaria de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo.

Ele tem orçamento próprio para incentivar a valorização dos produtos agropecuários, oferecendo cursos, seminários, reuniões e workshops com distribuição

de materiais de divulgação e mapeamento dos produtos com potencial de IG e promove parcerias (Brasil, 2023a, 2023b; Pellin, 2019).

O SEBRAE é uma entidade privada promotora da competitividade e desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequenas empresas, APLs e IGs, por meio de parcerias com os setores público e privado, desenvolve programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estimulando o associativismo, incentivo à educação empreendedora, à educação formal, a feiras e rodadas de negócios (Castro, 2009; Cardoso; Carneiro; Rodrigues, 2014).

A SDE-SP desempenha um papel importante no apoio e fomento aos APLs e, embora não tenha um papel direto no processo de reconhecimento de uma IG, pode contribuir, mesmo que indiretamente, para o desenvolvimento e fortalecimento das IGs no Estado de São Paulo (Valente; Perez; Fernandes, 2013) e foi o Decreto nº 54.654 de 07/08/2009 que instituiu, no âmbito dessa Secretaria, o programa de Fomento de Arranjos Produtivos Locais Paulista com os objetivos de desenvolvimento regional e redução das desigualdades regionais do estado, baseado na interação e cooperação.

A SAA-SP faz pesquisa e extensão em prol do desenvolvimento da agricultura e da pecuária no Estado de São Paulo, apoiando os produtores rurais e representantes das diferentes cadeias de produção, beneficiamento, armazenamento, abastecimento e comercialização.

É um canal direto para a participação desses grupos por meio das Câmaras Setoriais e Temáticas, facilitando o diálogo entre os produtores locais para a criação de APLs, busca por reconhecimento de IG, promovendo o desenvolvimento dos arranjos produtivos, apoiando a pesquisa e desenvolvimento, facilitando o acesso a financiamento, mercados e promoção da cooperação entre os diferentes atores envolvidos (São Paulo, 2023a, 2023b).

A Universidade abrange diversos tipos de instituições, tais como instituições de pesquisa, públicas ou privadas, com ou sem fins lucrativos, centros de Pesquisa de Desenvolvimento das empresas ou, simplesmente, Instituições de Ensino e Pesquisa (IEP), aqui representada pelo IFSP por participação efetiva no processo de criação, desenvolvimento e reconhecimento de APLs e IGs no Estado de São Paulo. A UFLA, FATEC e universidades regionais têm participado de alguns processos.

Os Institutos Federais, autarquias federais, têm o papel principal de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional, assim o IFSP,

como autarquia, é Instituição de Ensino e Pesquisa (IEP) empreendedora que atua fortalecendo os APLs e IGs, por meio de projetos de pesquisa aplicada, extensão tecnológica, transferência de tecnologia, incentivando o empreendedorismo, o cooperativismo e o associativismo (Ozaki; Sacconi; Fedrizzi, 2024).

Os APLs e IGs, constituídos por empresas ou produtores rurais, são aglomerados de produtores localizados naquele território com especialização produtiva e com algum vínculo de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores (Castro, 2009; Cardoso; Carneiro; Rodrigues, 2014) e as IGs protetoras das suas origens e qualidade dos produtos associados (Vandecandelaere *et al.*, 2020).

3.4 Tratamento e análise de dados

O tratamento dos dados iniciou-se com a transcrição de todas as 13 entrevistas (INPI, MAPA, SEBRAE, SDE-SP, SAA-SP, APLs e IGs), o que envolveu separação, organização e preparação dos documentos relacionados aos objetivos e à revisão da literatura, conduzida pela leitura inicial das transcrições das entrevistas.

Os arquivos transcritos foram inseridos no software Atlas.ti, versão 24.0.0.29576 e as anotações feitas durante o processo de entrevista, virtuais e presenciais, assim como o diário de pesquisa e notas de campo fizeram parte do instrumento de pesquisa e compuseram o processo de análise dos dados coletados como facilitadores na composição do relatório, conforme orientação de Gibbs (2009).

Inicialmente as entrevistas foram codificadas usando os códigos gerados na revisão da literatura e as categorias dedutivas, conforme Creswell e Creswell (2021), foram essencialmente derivadas da literatura (motivadores, facilitadores e barreiras) e as indutivas, derivadas da análise de cada texto, portanto, os códigos e categorias foram construídos na revisão da literatura.

Estas categorias, dedutiva e indutiva, também são explicadas por Bardin (2011) como sendo dedutiva, aquelas que surgem das teorias existentes e que fundamentam a pesquisa; e, a indutiva, são criadas a partir das observações, princípios, raciocínios ou teorias identificadas na própria pesquisa, agrupando-se os códigos com base nas similaridades identificadas nas unidades de registro.

Os dados foram analisados com o uso da técnica da análise de conteúdo (Franco, 2005; Bardin, 2011) por envolver exame, categorização, classificação e

combinação de evidências com o raciocínio da abordagem indutiva, permitindo que os dados levem ao surgimento de conceitos, conclusões gerais ou teorias mais amplas (Yin, 2016) na análise inicial, avaliação do material e tratamentos dos resultados, conforme propostos por Bardin (2011) para uma análise qualitativa.

Entretanto, pelo fato de cada um dos atores ter uma função específica na formação do APL e IG, os roteiros de entrevistas têm algumas diferenças, tais como:

- a) SDE-SP, por ser responsável pelo reconhecimento do APL, responde sobre as dificuldades no processo de reconhecimento do APL, editais e normas legais e, se as regiões evoluíram com APL, o MAPA que busca promover o desenvolvimento local e regional responde sobre o porquê existem poucas IGs e se as normas legais facilitam a atuação dele, a SAA-SP, que também busca promover o desenvolvimento local e regional, fala se as normas legais facilitam a atuação dela e o INPI, responsável pelo reconhecimento das IGs, responde sobre as dificuldades e facilitadores para concessão de reconhecimento IG e se o consumidor valoriza a IG;
- b) IFSP e SEBRAE, responsáveis pelo desenvolvimento, capacitação e treinamento de APLs e IGs, respondem sobre se um APL reconhecido facilita o reconhecimento IG;
- c) APLs respondem sobre os motivadores, facilitadores e desafios para busca do reconhecimento do APL e sobre seu interesse pela busca do reconhecimento IG;
- d) IGs respondem sobre os motivadores, facilitadores e desafios derivados da busca pelo reconhecimento IG, se o consumidor brasileiro valoriza a IG e quais recomendações fariam para que um APL busque reconhecimento IG.

Os aspectos analisados têm essas sensíveis diferenças, sendo elas consideradas durante a leitura das transcrições das entrevistas e a padronização das ideias iniciais levou em consideração a questão problema e os objetivos e, na perspectiva qualitativa do trabalho, a abordagem foi flexível, permitindo uma análise aprofundada dos materiais coletados.

As análises dos dados foram conduzidas com o auxílio do software Atlas.ti, uma vez que as recomendações feitas pelos entrevistados aos APLs que queiram pleitear o reconhecimento IG foram compiladas mediante triangulação dos dados obtidos de cada participantes, possibilitando, conforme Bauer (2011), fazer a tabulação e a identificação dos resultados, inferências e interpretações finais.

Na perspectiva da Bardin (2011) de que dados brutos devem ser tratados de forma que se tornem significativos e válidos, o tratamento dos resultados obtidos desta análise envolveu a experiência profissional e o conhecimento do pesquisador, permitindo o uso da percepção, intuição embasada e reflexões.

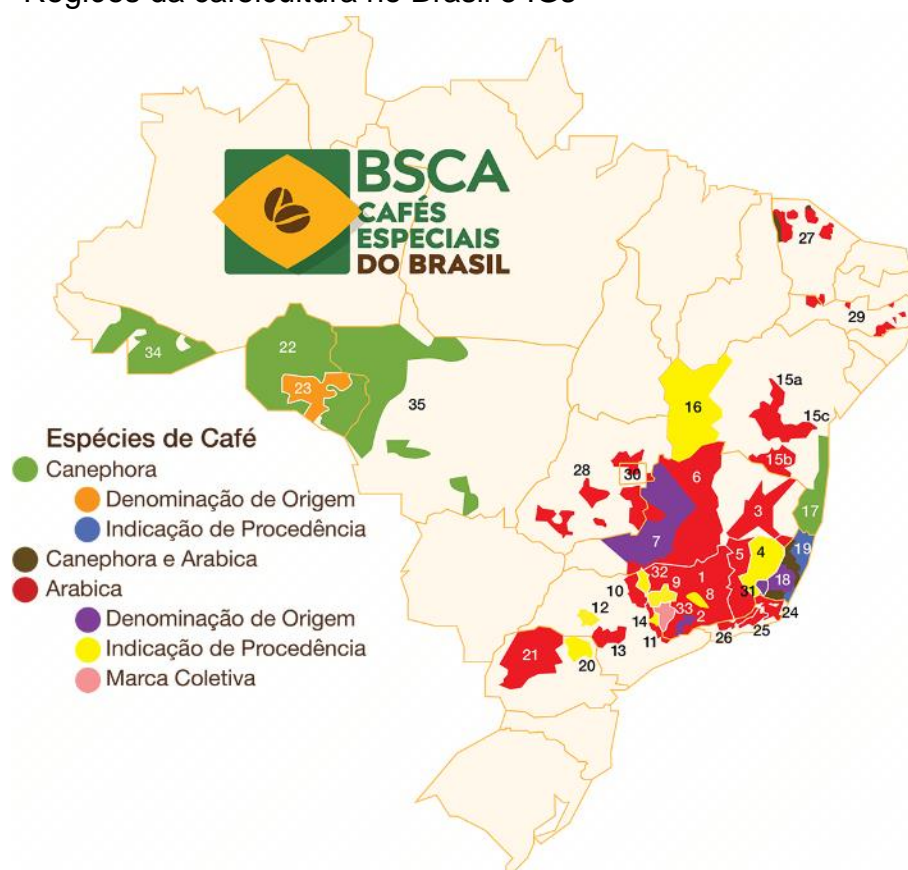
4 RESULTADOS

4.1 Lócus da pesquisa

A obtenção do reconhecimento de APL dado pela SDE-SP e do reconhecimento de IG dado pelo INPI, embora tenham em comum a promoção do desenvolvimento local e regional, eles são reconhecimentos independentes, significando que é possível obter os dois reconhecimentos, independentemente de qual seja o primeiro.

Entretanto, a organização para obter um dos reconhecimentos pode facilitar a obtenção do outro. No Brasil existem 35 regiões produtoras de café (INPI, 2024; Brasil, 2022a, 2022b, 2022c) localizadas na Figura 11.

Figura 11 - Regiões da cafeicultura no Brasil e IGs



Fonte: BSCA (<https://brazilcoffeenation.com.br/region/list>). Acesso em 29 fev. 2024

Dentre as 35 regiões produtoras de café no Brasil (BSCA, [s.d.]; INPI, 2024), na Figura 11 estão as com reconhecimento de IGs da cafeicultura paulista: Alta

Mogiana, Pinhal e Garça (Apêndice A), conforme os documentos do INPI, compilados pelo MAPA (Brasil, 2022c).

Os APLs Caconde, Divinolândia e São Sebastião da Grama, reconhecidos pela SDE-SP, identificados nas listas de APLs (Anexo A) emitidas pelo Observatório APL (2023) e pela SDE-SP (São Paulo, 2022), indicaram os APLs da cafeicultura do Estado de São Paulo com e sem reconhecimento e o cruzamento dos documentos do INPI, MAPA, SDE-SP e Observatório APL permitiram identificar os APLs e as IGs do Estado de São Paulo que compõem este estudo, conforme o Quadro 11.

Quadro 11 - APLs com e sem IG da cafeicultura paulista

IG Tipo	Substituto Processual	Produto	REGIÃO/data reconhe/to	ESTADO	APL/ano reconhe/to	Entidade gestora/Sub. Processual	Reconhe/to (Fomento)	IEP	Capacitação
Não	Não	Café ARÁBICA	Caconde	SP	Caconde 2020 Em desenv.	Sindicato Rural de Caconde	SDE-SP		SEBRAE
Não	Não	Café ARÁBICA	Divinolândia	SP	Divinolândia 2021 Em desenv.	Sindicato Rural Patronal de Divinolândia	SDE-SP		SENAR
Não	Não	Café ARÁBICA	São Sebastião da Grama	SP	São Sebastião da Grama 2020 Consolidado	Associação dos Cafeicultores do Vale da Grama	SDE-SP	IFSP	SENAR
IP	AMSC INPI	Café ARÁBICA	Alta Mogiana 17/09/2013	SP e MG	Alta Mogiana e Franca 2020 Consolidado	AMSC	SDE-SP		SEBRAE
IP	COCAMPI INPI	Café ARÁBICA	Pinhal 19/07/2016	SP	Espírito Santo do Pinhal 2019 Reconhecido	COCAMPI	SDE-SP	IFSP	SEBRAE
IP	CONGARÇA INPI	Café ARÁBICA	Garça 22/11/2022	SP	Cafeicultura de Garça 2019 Reconhecido	CONGARÇA	SDE-SP	IFSP	SEBRAE

Fonte: Elaborado pelo autor, dados extraídos do INPI, MAPA, Observatório APL e SDE (2024)

A SDE-SP classifica os APLs em aglomerados, em desenvolvimento ou consolidados e maduro. Uma vez reconhecidos, estão habilitados a participar dos seus editais de fomento. No Quadro 11 estão os seis APLs reconhecidos pela SDE-SP com Caconde e Divinolândia no estágio em desenvolvimento e São Sebastião da Grama no estágio consolidado, porém ainda não têm IG. Alta Mogiana em estágio consolidado, Pinhal e Garça em estágio reconhecido e já têm IG.

Esses APLs sem IG e com IG compõem as unidades de análise deste estudo e nas regiões da Alta Mogiana, Pinhal e Garça, o Substituto Processual da IG e a

entidade gestora do APL são os mesmos e elas obtiveram o reconhecimento do tipo Indicação de Procedência nos anos de 2013, 2016 e 2022, respectivamente.

4.2 Unidades de análise

Os seis APLs da cafeicultura do Estado de São Paulo são unidades de análise para a comparação dos três que têm IG reconhecida (Alta Mogiana, Pinhal e Garça) com os três que não têm IG reconhecida (Caconde, Divinolândia e São Sebastião da Grama) para a comparação obter os resultados que indiquem os motivadores, facilitadores e barreiras para a tomada de decisão e recomendações.

4.2.1 APL com reconhecimento de IG

A portaria n. 04/2022 e o Manual de Indicação Geográfica (MIG) publicados pelo INPI estabelecem os requisitos para a solicitação de registro de uma IG do tipo IP ou do tipo DO feita pelo Substituto Processual deve apresentar os seguintes documentos:

- Requerimento de Indicação Geográfica;
- Caderno de especificações técnicas;
- Procuração, opcional para requerentes brasileiros;
- Comprovante do pagamento da retribuição correspondente;
- Comprovação da legitimidade do requerente;
- Comprovação de que o nome geográfico se tornou conhecido: (1) no caso de IP, comprovação da influência do meio geográfico nas qualidades ou características do produto ou serviço; (2) no caso de DO, instrumento oficial que delimita a área geográfica.

Após a análise pelo INPI da documentação apresentada e do atendimento a todos os demais requisitos estabelecidos no MIG é publicado o reconhecimento da IG, pelo INPI, na Revista de Propriedade Industrial (<https://revistas.inpi.gov.br/rpi/>).

As regiões do Estado de São Paulo que possuem reconhecimento de IG, seus substitutos processuais, tipo de IG, data e número de registro junto ao INPI estão no Quadro 12.

Quadro 12 - Regiões da cafeicultura paulista com IG

REGIÃO	Número de Municípios	Substituto Processual	Espécie de café	IG tipo	Data reconhe/to	N° Registro INPI
Alta Mogiana	23 (16 SP e 7 MG)	AMSC	<i>Coffea</i> arábica	IP	17/09/2013	IG200703
Pinhal	8	COCAMPI	<i>Coffea</i> arábica	IP	17/05/2016	BR4020140000018
Garça	15	CONGARÇA	<i>Coffea</i> arábica	IP	22/11/2022	BR4020200000175

Fonte: Elaborado pelo autor, dados extraídos de INPI (2024)

A primeira IG do café no Estado de São Paulo é a Alta Mogiana, com municípios dos Estados de São Paulo e de Minas Gerais, seguida das regiões de Pinhal e Garça com municípios, somente, do Estado de São Paulo (Quadro 12).

4.2.1.1 Alta Mogiana APL com IG

A região Alta Mogiana obteve o reconhecimento de IG em 2013, primeiro do que o reconhecimento de APL, consolidado em 2020. É uma região produtora de cafés espécie arábica com aroma marcante, frutado com notas de chocolate e nozes, corpo cremoso aveludado, acidez média, muito equilibrado, finalização prolongada com uma doçura de caramelo e notas de chocolate amargo (BSCA, [s.d.]).

A introdução do café na Alta Mogiana data do século XIX, durante o auge da expansão cafeeira no Brasil, pois, com suas terras férteis e clima favorável, rapidamente se destacou como um dos principais polos de produção de café do país. A chegada de imigrantes italianos, espanhóis e portugueses, que trouxeram técnicas agrícolas avançadas e uma forte cultura de trabalho contribuiu para o desenvolvimento da cafeicultura local (sites: Agro Mogiana e Atlântica *Coffee*, jan. 2024).

É uma região situada no nordeste do Estado de São Paulo e Sul de Minas Gerais, conhecida por sua tradição cafeeira centenária, marcada pela excelência na produção de café arábica de alta qualidade e favorecida pelas condições climáticas e de solo, no final do século XIX e início do século XX, sua cafeicultura cresce de forma significativa.

A construção de ferrovias facilitou o escoamento da produção para os portos de exportação, principalmente o Porto de Santos, fortalecendo a economia local com as grandes fazendas de café proliferando e a região ganhando notoriedade pela qualidade de seu café.

A cafeicultura na Alta Mogiana enfrentou vários desafios ao longo de sua história com crises econômicas, como a Grande Depressão dos anos 1930 e pragas como a ferrugem do café, que afetaram severamente a produção, contudo, os produtores da região demonstraram resiliência, adotando práticas inovadoras e tecnologias agrícolas para superar as adversidades.

A partir da segunda metade do século XX, a cafeicultura na Alta Mogiana passou por um processo de modernização com a introdução de novas variedades de café, técnicas de manejo sustentável e sistemas de irrigação aprimorados, contribuindo para o aumento da produtividade e qualidade.

As cooperativas de produtores ganharam força, promovendo a organização e a união dos cafeicultores em prol de objetivos comuns e, nos últimos anos, a região se consolidou como uma das principais regiões produtoras de cafés especiais do Brasil, com foco na qualidade e na certificação dos produtos, o que tem sido um diferencial competitivo.

A região recebe, conforme a Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica número IG200703 publicado na RPI 2733, o reconhecimento de IG do tipo IP, concedido pelo INPI em 17/09/2013, atestando a excelência dos cafés produzidos na região, agregando valor e reconhecendo as características únicas do *terroir* local.

Em 2020 a região foi reconhecida pela SDE-SP como um APL consolidado, destacando-se que é obrigatório, tanto para a solicitação do reconhecimento IG quanto para o reconhecimento APL, a existência de uma organização formal, o que implica a possibilidade de o reconhecimento IG ter facilitado o reconhecimento do APL.

O reconhecimento da IG Alta Mogiana pelo INPI foi composto de várias etapas importantes:

- Identificação da potencialidade geográfica e produtiva, neste caso, esteve facilitada porque a região era conhecida por suas condições ideais de altitude, solo e clima para o cultivo de café de qualidade, foi identificada como tendo potencial para receber o distintivo de Indicação Geográfica;
- Organização dos produtores e instituições locais se deu com a formação da Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana (AMSC), que é o Substituto Processual, e de parcerias entre produtores, cooperativas, associações locais, entidades de pesquisa agrícola com

apoio de órgãos governamentais locais para coletar dados técnicos e históricos que sustentassem a candidatura, permitindo iniciar o processo de reconhecimento da IG;

- Delimitação da região produtora que, conforme os registros do INPI (2024), é composta por 16 municípios do Estado de São Paulo e 7 municípios vizinhos do Estado de Minas Gerais, são eles: Altinópolis - SP, Batatais - SP, Buritizal - SP, Cajuru - SP, Cássia dos Coqueiros - SP, Cristais Paulista - SP, Franca - SP, Itirapuã - SP, Jeriquara - SP, Nuporanga - SP, Patrocínio Paulista - SP, Pedregulho - SP, Restinga - SP, Ribeirão Corrente - SP, Santo Antônio da Alegria - SP, São José da Bela Vista - SP, Capetinga - MG, Cássia - MG, Claraval - MG, Ibiraci - MG, Itamogi - MG, São Sebastião do Paraíso - MG e São Tomás de Aquino – MG.
- Elaboração do dossiê técnico, a partir do levantamento detalhado das características únicas da região que influenciam diretamente a qualidade e as características distintivas do café produzido gerando o CET. Este CET foi atualizado e registrado em cartório em 15/05/2022 e incluso na Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica número IG200703 publicado na RPI 2733;
- Aspectos históricos e culturais foram identificados com o estudo da história, tradição e práticas culturais associadas à produção de café, destacando elementos que agregam valor à identidade geográfica do produto;
- Consulta pública e consulta aos setores interessados envolveu a comunidade local, da qual se obter apoio e contribuições para o processo e as consultas específicas aos produtores e outros *stakeholders* do setor para garantir representatividade e apoio amplo à iniciativa gerou o engajamento dos produtores;
- Aprovação e registro, obtido após a análise pelos especialistas do INPI dos documentos e do dossiê técnico submetidos. Após comprovação positiva do atendimento aos requisitos e critérios estabelecidos, o INPI concede o registro da IG, reconhecendo oficialmente a qualidade e as características únicas dos cafés da região Alta Mogiana.

Esses passos representam uma visão geral do processo pelo qual o APL da região Alta Mogiana passou para obter a IG e a decisão pela busca desse reconhecimento foi motivada pelos possíveis impactos e benefícios a serem obtidos deste reconhecimento, tais como:

- Valorização do café produzido na região, pelos mercados nacional e internacional, uma vez que as qualidades específicas diferenciam e destacam os cafés da região;
- Desenvolvimento econômico local estimulado pelo aumento da demanda e valorização dos produtos reconhecidos, e;
- Contribuição para a preservação da cultura e tradições locais associadas à produção do café com IG.

O reconhecimento da região como APL consolidado se deu em 2020, conforme o resultado da classificação de níveis de maturidade dos arranjos produtivos locais reconhecidos pelo programa de fomento aos APLs paulista, publicado em 06/04/2021 pela SDE-SP. Obtido após o reconhecimento da IG, teve uma trajetória composta por uma série de etapas focadas na adequação da organização, seguiu melhorando a qualidade do café e reconhecimento formal:

- Histórico e contexto, embora não seja um requisito para reconhecimento de APL, já estavam escritos, uma vez que a região já era conhecida pela produção de café desde o século XIX com condições climáticas e geográficas ideais para a cafeicultura, forte tradição cafeeira e região produtora delimitada quando do reconhecimento da IG;
- O plano de desenvolvimento foi elaborado, para atender aos requisitos do edital, a partir da realização de diagnósticos para entender as necessidades e potencialidades da região, seguido pela elaboração de um plano de desenvolvimento detalhado para o APL, incluindo estratégias de governança e cooperação, implicando na mobilização e engajamento dos produtores locais para fortalecer a coesão do grupo e garantir a implementação das estratégias planejadas;
- Organização e estruturação existente, derivada do reconhecimento IG, facilitou o processo e a AMSC é a entidade gestora do APL que apresenta a proposta para atender o edital de fomento da SDE-SP;

- Parcerias estratégicas e colaboração de instituições como SEBRAE, universidades e centros de pesquisa para promover inovação, capacitação e sustentabilidade na produção de café são mantidas e aprimoradas;
- Práticas sustentáveis e inovadoras são adotadas nas práticas agrícolas, o que continua melhorando a qualidade dos grãos e a competitividade dos produtores no mercado global.

A proposta formal é apresentada pela entidade gestora do APL à SDE-SP, destacando o potencial econômico da região e os benefícios para o desenvolvimento local e regional e, após a avaliação da SDE-SP, é concedido o reconhecimento do APL da Alta Mogiana, em 2020, como APL consolidado, devido ao atendimento integral dos requisitos do edital, do potencial econômico, da qualidade dos produtos e da organização dos produtores.

A decisão para a busca do reconhecimento do APL teve relação direta com a perspectiva de acesso a:

- Recursos adicionais, o que pode favorecer a manutenção dos investimentos em outras certificações de qualidade, tais como, *Rainforest Alliance*, UTZ e outras, elevando a reputação da região;
- Programas do governo de apoio ao desenvolvimento econômico;
- Capacitação e financiamento para o fortalecimento da cadeia produtiva do café na região com expansão das oportunidades de mercado, tanto no Brasil quanto no exterior, beneficiando os produtores locais.

Portanto, a trajetória do APL da Alta Mogiana envolveu o histórico de desenvolvimento da cafeicultura, a organização dos produtores, a busca contínua pela qualidade e sustentabilidade, a elaboração de um plano de desenvolvimento detalhado e o reconhecimento formal pela SDE-SP, dando continuidade à importância econômica e cultural da produção de café na região, promovendo um crescimento sustentável e competitivo para os produtores locais.

4.2.1.2 Pinhal APL com IG

A região de Espírito Santo do Pinhal consta na lista de APLs reconhecidos pela SDE-SP publicada no Observatório APL (2022) (Anexo A), porém ainda não foi

contemplada por editais de fomento, sendo outra região que obtém o reconhecimento de IG antes do reconhecimento de APL.

Tem trajetória marcada por processo contínuo de desenvolvimento, inovação e busca por excelência na produção de café da espécie arábica com equilíbrio entre corpo, acidez e doçura, com aroma intenso e finalização longa (SEBRAE, 2022).

Conforme o portal de Pinhal, a região é marcada por períodos de crescimento, desafios e inovações que consolidaram sua posição como uma das principais áreas produtoras de café arábica de alta qualidade no Brasil cuja cafeicultura teve início no final do século XIX, durante o auge da expansão cafeeira no Brasil, favorecida pelas condições climáticas, com altitudes elevadas e solos ricos em nutrientes, o que proporcionava um ambiente ideal para o cultivo do café.

Imigrantes italianos, espanhóis e portugueses foram os pioneiros na introdução da cultura do café, trazendo consigo técnicas agrícolas avançadas e uma forte ética de trabalho e, no início do século XX, a região de Pinhal experimentou um crescimento significativo na produção de café e a construção da ferrovia Mogiana facilitou o escoamento da produção para o Porto de Santos e favoreceu o desenvolvimento da cafeicultura local.

Grandes fazendas de café se estabeleceram na região, e Espírito Santo do Pinhal se tornou um importante polo econômico e as crises econômicas, como a Grande Depressão dos anos 1930, e pragas agrícolas, como a ferrugem do café que assolaram o mundo, ao longo da história, também afetaram a cafeicultura na região. Os produtores enfrentaram os desafios com resiliência, adoção de novas tecnologias, práticas de manejo para superar as adversidades, introdução de variedades resistentes e técnicas de cultivo sustentável, o que revitalizou a produção, a exemplo do que foi feito na Alta Mogiana.

Nas décadas seguintes, a exemplo do que acontecia em outras regiões, a modernização da cafeicultura na região de Pinhal foi impulsionada por avanços tecnológicos, melhorias nas práticas agrícolas e a implementação de sistemas de irrigação, mecanização da colheita, o uso de fertilizantes e defensivos agrícolas contribuíram para o aumento da produtividade e da qualidade do café.

Cooperativas de produtores também desempenharam um papel importante na organização e no apoio aos cafeicultores locais, tornando a região de Pinhal reconhecida pela produção de cafés especiais de alta qualidade e esses seus esforços, com o apoio de várias instituições de ensino e pesquisa, têm contribuído

para o desenvolvimento da cafeicultura da região com o aumento do valor agregado do café e a conquista de novos mercados, especialmente no exterior.

De acordo com o Registro de Indicação Geográfica (RIG) no INPI n. BR402014000001-8 de 19/07/2016, a região de Espírito Santo do Pinhal, localizada no interior do Estado de São Paulo, é reconhecida por sua longa tradição na produção de café e pela história da sua cafeicultura, tendo cumprido as seguintes etapas até o reconhecimento da IG em 2016:

- Organização dos produtores e instituições locais se deu com a criação, em 2012, do Conselho do Café da Mogiana de Pinhal (COCAMPI) para ser o Substituto Processual, o qual firmou parceria com a SAA-SP por meio da Coordenadoria de Desenvolvimento dos Negócios para organização, elaboração da documentação; melhoria da qualidade do café e articulação institucional para atender às exigências do MIG do INPI;
- Delimitação da área geográfica foi feita considerando a tradição cafeeira e, conforme o RIG, é formada pelos municípios: Espírito Santo do Pinhal, Santo Antônio do Jardim, Aguai, São João da Boa Vista, Água da Prata, Estiva Gerbi, Mogi Guaçu e Itapira, uma vez que, o cultivo de café na região remonta ao século XIX, beneficiando-se das condições climáticas e do solo favoráveis;
- Aspectos históricos e culturais foram identificados com o estudo da história, tradição e práticas culturais associadas à produção de café, destacando elementos que agregam valor à identidade geográfica do produto feito por historiadora contratada para fazer o levantamento e contextualização histórica da região e comprovar sua notoriedade;
- Elaboração do dossiê técnico, a partir do levantamento detalhado das características únicas da região que influenciam diretamente a qualidade e as características distintivas do café produzido, gerando o CET com regulamento de uso da IG da região de Pinhal e detalhamento da estrutura de controle;
- Entrega de toda a documentação, elaborada conforme os critérios do MIG, ao INPI pelo substituto processual (COCAMPI).

A aprovação foi obtida após comprovação positiva, pelos especialistas do INPI, do atendimento aos requisitos e critérios estabelecidos, após a análise dos documentos e do dossiê técnico submetidos, tendo sido concedido o registro da IG, tipo IP, n. BR402014000001-8 em 19/07/2016, com publicação na RIG n. 2376,

reconhecendo oficialmente a qualidade e as características únicas dos cafés da região de Pinhal.

4.2.1.3 Garça APL com IG

A região de Garça teve seu APL reconhecido pela SEDE-SP em 2019 e a renovação desse reconhecimento se deu em 2022. A IG foi reconhecida pelo INPI em 22/11/2022, sendo o substituto processual o CONGARÇA. Os APLs e IGs têm naturezas jurídicas diferentes, embora o propósito de desenvolvimento local e regional sejam comuns aos dois.

Conforme as informações publicadas pelo Prof. Paulo Henrique Leme no site *Coffee Insight* e no Data Sebrae, acessadas em 08/07/2024, a região de Garça está situada no centro-oeste do Estado de São Paulo, possui uma rica tradição cafeeira que remonta ao início do século XX.

A história da região é marcada por períodos de expansão, superação de desafios e inovações constantes que consolidaram sua reputação no setor e a transformaram num polo relevante na produção de café arábica de alta qualidade, conhecido por seu sabor encorpado, acidez equilibrada, doçura natural e notas de chocolate amargo, avelã, amêndoas e castanhas torradas, com características frutadas e cítricas (SEBRAE, 2023).

A região abrange 15 municípios: Garça, Gália, Vera Cruz, Marília, Alvinlândia, Álvaro de Carvalho, Duartina, Cafelândia, Pirajuí, Júlio Mesquita, Guarantã, Ocaçu, Lupércio, Lucianópolis e Fernão.

A partir da década de 1920, os pioneiros da região, muitos deles imigrantes italianos, aproveitaram as condições climáticas favoráveis e os solos férteis para iniciar o cultivo do café. Durante as décadas de 1930 e 1940, a cafeicultura em Garça se expandiu rapidamente e a construção de infraestrutura, como armazéns e cooperativas, ajudaram a organizar a produção e a comercialização do café.

A Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Garça, por quase 50 anos, desempenhou um papel fundamental, promovendo a união dos produtores e a melhoria das práticas agrícolas. Em 2005 entrou em processo de liquidação e, como outras regiões produtoras de café no Brasil, Garça enfrentou outros desafios, como as crises econômicas, variações climáticas, pragas e a ferrugem do café afetando a produção.

No entanto, os cafeicultores locais demonstraram resiliência, adotando novas tecnologias, métodos de cultivo, introdução de variedades de café mais resistentes e a adoção de práticas de manejo sustentável, que foram essenciais para manter a viabilidade da produção.

Da segunda metade do século XX em diante, a cafeicultura na região de Garça passou por um processo de modernização com mecanização da colheita, uso de fertilizantes e defensivos agrícolas e a implementação de sistemas de irrigação que contribuem para o aumento da produtividade e da qualidade do café.

Os produtores também começaram a focar na produção de cafés especiais, buscando certificações e adotando práticas que valorizassem a qualidade do produto e o reconhecimento da qualidade e da singularidade do café produzido em Garça, culminando com o reconhecimento do APL, após atendimento dos requisitos do 3º Edital de chamamento público objetivando o processo de reconhecimento APLs e recadastramento de APLS reconhecidos em 2019.

Em 23/03/2022 a SDE-SP publicou o resultado reconhecendo o APL da região de Garça que hoje está no nível de maturidade reconhecido e apto a participar dos editais de fomento. Portanto, a região consta na lista de APLs reconhecidos pela SDE-SP, também publicada no Observatório APL (2022) (Anexo A), com sua trajetória marcada por um processo contínuo de desenvolvimento, inovação e busca por excelência na produção de café.

O SEBRAE contratou o IFSP para assessorar projetos de IG, conforme o publicado no site oficial do IFSP em 23/03/2021 e a região, na busca pelo reconhecimento de IG, foi contemplada para ser assessorada pelo IFSP, destacando que cafeicultura é uma atividade econômica vital para Garça, gerando empregos e promovendo o desenvolvimento local, com a produção de café contribuindo significativamente para a economia da região, proporcionando renda para muitas famílias e incentivando o crescimento de outros setores, como o turismo e a indústria de alimentos.

A sua trajetória de APL até ser reconhecida como IG pelo INPI foi composta por várias etapas importantes:

- Identificação da potencialidade geográfica e produtiva foi feita pelo MAPA que iniciou o processo com a identificação do potencial dos produtos agrícolas ou artesanais da região receberem o reconhecimento da IG, uma vez que a região

de Garça era conhecida por suas condições climáticas e geográficas favoráveis;

- Organização dos produtores e instituições locais se deu com a formação de parcerias entre os produtores, associações locais, cooperativas e outras entidades interessadas em se organizarem para promover a ideia e iniciar o processo de reconhecimento;
- Articulação com instituições e estabelecimento da parceria com a UFLA e, posteriormente, com o IFSP para organização, treinamento, capacitação e elaboração de documentos, com pesquisadores e com apoio de órgãos governamentais locais para coletar dados e evidências que sustentassem a candidatura à IG;
- Elaboração do dossiê técnico para cumprir as exigências do MIG com coleta de Informações e levantamento detalhado das características únicas da região que influenciam diretamente a qualidade e as características distintivas do produto;
- Aspectos históricos e culturais foram obtidos de estudo da história, tradição e cultura associadas à produção local, destacando elementos que agregam valor à identidade geográfica do produto;
- Consulta pública e consulta aos produtores Interessados, o que envolveu a participação da comunidade local para obter seu apoio e contribuições para o processo;
- O engajamento dos produtores se deu com as consultas específicas a eles e a outros *stakeholders* do setor para garantir representatividade e apoio amplo à iniciativa;
- Solicitação do reconhecimento é feita pelo substituto processual com a entrega ao INPI do dossiê técnico e de todos os documentos e comprovações exigidas.

O INPI, recebeu o dossiê técnico e a documentação que foi revisada por seus especialistas para verificar se atendia aos critérios estabelecidos e, após avaliação positiva, fez o registro da IG, reconhecendo oficialmente a qualidade e as características únicas do café da região de Garça, em 22/11/2022, conforme FTRIG com número de registro BR402020000017-5 e publicação na RPI 2707.

Os produtores e Substituto Processual foram motivados pelos benefícios que esse reconhecimento lhes proporcionaria, tais como:

- Valorização do produto (cafés especiais) e aumento da sua visibilidade no mercado nacional e internacional, destacando suas qualidades específicas;
- Estímulo ao desenvolvimento econômico local, com aumento da demanda e valorização dos produtos certificados;
- Contribuição para a preservação da cultura e tradições locais associadas à produção do produto reconhecido.

Esses passos representam uma visão geral do processo do APL da região de Garça para alcançar o reconhecimento como IG, concluindo que a história da sua cafeicultura é uma narrativa de tradição, inovação e resiliência que vem desde os primeiros plantios, no início do século XX, até o reconhecimento como uma região produtora de cafés especiais com IG, destacada pela qualidade de seu café e pela capacidade de seus produtores de se adaptarem e inovarem continuamente.

O apoio de instituições de ensino e pesquisa na organização dos produtores e o reconhecimento governamental foram elementos essenciais para o sucesso da cafeicultura na região.

4.2.2 APL sem reconhecimento de IG

4.2.2.1 Caconde APL sem IG

A região do APL de Caconde, segundo o Portal Oficial de Caconde - São Paulo, acessado em 24/04/2024, não tem provas documentais sobre a fundação da cidade, mas é sabido que a sua história remonta ao ciclo do ouro, com registros de exploração por volta de 1765, provavelmente pelo Capitão Pedro Franco Quaresma.

A descoberta das minas atraiu colonos e levou à construção de uma capela dedicada à Nossa Senhora da Conceição, elevando o povoado a freguesia com o padre Francisco Bueno de Azevedo como vigário. Caconde é um nome de origem africana, dado pelos negros fugitivos antes do ciclo do ouro.

O núcleo urbano inicial mudou-se várias vezes devido à alternância na descoberta de jazidas e foi repovoado em 1822 com a doação de terras por Miguel da Silva Teixeira. A economia local, inicialmente focada na pecuária, passou a ser dominada pela cafeicultura em meados do século XIX.

Em 1864 Caconde foi elevada a vila e, em 1883, a cidade. Composta por distritos, como Barrânia, teve, a partir de 1958, sua paisagem transformada com a

construção da Usina Caconde pela Comércio Construtora Camargo Corrêa (atual Mover Participações).

A cidade é conhecida por sua produção de café e reconhecida como estância climática, promove o turismo regional, sendo em 2020, reconhecida pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo como APL da cafeicultura, um importante setor econômico na região destacando sua importância econômica e cultural, produzindo cerca de 14 mil toneladas de café por ano. É uma grande produtora de café do Estado de São Paulo.

A trajetória do APL de Caconde até seu reconhecimento pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo envolveu várias etapas e iniciativas voltadas para o fortalecimento da identidade cafeeira da região e a promoção do desenvolvimento econômico local.

Teve a sua história ligada ao ciclo do ouro e depois, com a transição da pecuária para a cafeicultura. Essa atividade, ao longo do tempo, tornou-se a sua principal atividade econômica, impulsionou o desenvolvimento da região e consolidou sua reputação como produtora de cafés de alta qualidade. O estabelecimento de estruturas de governança, com a criação de organizações e cooperativas de produtores de café, ajudou a estruturar a produção e a comercialização do café.

Parcerias entre produtores, cooperativas, instituições de pesquisa e órgãos governamentais foram fundamentais para o fortalecimento do setor cafeeiro local, resultando no reconhecimento da qualidade dos cafés produzidos em Caconde. Com prêmios em concursos de qualidade, a região se destacou no cenário estadual e nacional.

O apoio institucional, colaboração do SEBRAE e a participação em programas de desenvolvimento regional ajudaram a promover a cafeicultura e a buscar reconhecimento formal como APL.

A SDE-SP, lançou o edital de chamamento público SDE-CDRT N° 001/2020: projeto de fomento aos arranjos produtivos locais e polos de desenvolvimento, estabelecendo os critérios para os respectivos reconhecimentos, o que estimulou a elaboração de um plano de desenvolvimento específico para o APL de Caconde, destacando suas características únicas, sua estrutura de governança e as iniciativas de cooperação e desenvolvimento sustentável.

Avaliação pela SDE-SP das propostas e estrutura resultou no reconhecimento formal do APL de Caconde em 2020. Em 06/04/2021, a SDE-SP divulgou o resultado

da classificação de níveis de maturidade dos arranjos produtivos locais reconhecidos pelo programa de fomento aos APLs paulista e Caconde está no nível “em desenvolvimento”.

O reconhecimento como APL trouxe verbas adicionais para promoção do turismo e desenvolvimento econômico, além de acesso a programas de gestão empresarial, qualificação de mão de obra e financiamentos. Reforçou a identidade cafeeira de Caconde, promovendo a cidade como uma das principais produtoras de café do Estado de São Paulo, fortalecendo sua presença no mercado interno e externo.

Concluindo, o reconhecimento do APL de Caconde foi resultado de uma combinação de história, qualidade do produto, organização comunitária e apoio institucional. Esse processo não apenas destacou a importância econômica do café para a região, mas também fortaleceu a identidade cultural e a coesão dos produtores locais, permitindo um desenvolvimento mais sustentável e competitivo.

4.2.2.2 Divinolândia APL sem IG

A formação da cidade de Divinolândia, conforme o site IBGE cidades, se iniciou em 1850 com a construção de um rancho para tropeiros nas margens do rio do Peixe, região de relevo serrano. Após um incêndio, foi construído um novo abrigo, conhecido como Pouso do Sapecado, atraindo para a região mais pessoas, levando à construção de uma capela em louvor ao Divino Espírito Santo, consagrada em 25 de janeiro de 1858 pelo Bispo de São Paulo, D. Sebastião Pinto do Rego.

Freguesia de Espírito Santo do Rio do Peixe foi criada por Lei nº 25 de 28 de março de 1865 no Município de Caconde e o território se formou com duas doações: uma em 27 de janeiro de 1865 pelo Major Thomaz de Andrade e sua esposa, e outra em 20 de agosto de 1881 por Joaquim Pio de Andrade e sua esposa. A povoação se tornou a freguesia do Divino Espírito Santo do Rio do Peixe em 28 de março de 1865, sendo transferida para o município de São José do Rio Pardo em 1898.

Em 30 de novembro de 1938 o distrito foi renomeado para Sapecado e, posteriormente, em 30 de dezembro de 1953. para Divinolândia, quando foi elevado a município pela Lei Estadual nº 2456.

A região de Divinolândia está localizada na Serra da Mantiqueira, especificamente nas montanhas da Média Mogiana Paulista, tem a cafeicultura na sua

história e o cultivo do café se desenvolveu com a imigração de europeus, principalmente italianos, entre o fim do século XIX e o início do século XX (Ronquim; Rodrigues; Quartaroli, 2023).

Os autores complementam que aqueles pequenos agricultores construíram uma tradição de agricultura familiar, que se mantém até hoje, tornando a cidade conhecida por produzir cafés especiais de alta qualidade, e eventos como o Concurso de Qualidade de Café têm contribuído para divulgar e valorizar o trabalho dos produtores locais dando-lhes visibilidade nacional e mundial.

A trajetória do Arranjo Produtivo Local (APL) de Divinolândia até ser reconhecido pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo envolveu várias etapas que consolidaram a região como uma importante produtora de café de alta qualidade, ou seja, a presença de pequenos e médios produtores de café contribuiu para a criação de uma economia local baseada na agricultura familiar regenerativa e na produção de cafés especiais.

A formação de cooperativas e associações de produtores de café ajudou a organizar a produção, promover a cooperação entre produtores e melhorar a qualidade dos grãos complementados por projetos e iniciativas locais, muitas vezes em colaboração com instituições como SEBRAE, visando melhorar a produção, a comercialização e a inovação no setor cafeeiro.

O café de Divinolândia ganhou reconhecimento em concursos de qualidade, destacando a região como produtora de cafés especiais. A adoção de práticas sustentáveis e inovadoras na produção de café, com a utilização de técnicas agroflorestais, contribuiu para aumentar a qualidade e a reputação dos produtos da região.

Estimulada pelo Edital de chamamento público SDE-CDRT N° 02/2021: projeto de fomento aos arranjos produtivos locais e polos de desenvolvimento da SDE-SP, foi elaborado um plano de desenvolvimento para o APL, detalhando as características da região, a estrutura de governança e as estratégias de cooperação e desenvolvimento sustentável em atendimento ao edital.

A apresentação da proposta para a SDE-SP incluiu estudos e relatórios mostrando o potencial e a importância econômica da região e a avaliação da proposta pela SDE-SP resultou em reconhecimento formal do APL de Divinolândia em 2021 e em 06 de abril desse mesmo ano a SDE-SP publicou o resultado da classificação de níveis de maturidade dos arranjos produtivos locais reconhecidos pelo programa de

fomento aos APLs paulista, classificando-o como “em desenvolvimento”, o que destaca sua importância para a economia regional e estadual.

Esse reconhecimento possibilitou o acesso a verbas e programas de apoio ao desenvolvimento econômico, à qualificação de mão de obra e ao fortalecimento da cadeia produtiva do café, ajudando a reforçar a identidade cafeeira de Divinolândia, promovendo a região, no mercado interno e externo, como produtora de cafés de alta qualidade, contribuindo para expandir as oportunidades de mercado para os produtores locais.

Ressalta-se que a trajetória do APL de Divinolândia envolveu um histórico de desenvolvimento da cafeicultura, a organização dos produtores, o reconhecimento da qualidade do café e a formalização de um plano de desenvolvimento que culminou no reconhecimento pela SDE-SP. Esse processo destacou a importância econômica e cultural da produção de café na região, promovendo seu crescimento sustentável e competitivo.

4.2.2.3 São Sebastião da Grama APL sem IG

São Sebastião da Grama está localizada no Estado de São Paulo e, em 1871, ali chegaram, permaneceram e prosperaram os seus primeiros povoadores, impulsionados pela industrialização do Estado e motivados pelo clima agradável, fertilidade do solo, nascentes de águas cristalinas e as vastas pastagens dominadas por gramíneas que deram ao local o nome de “Pouso da Grama”. Em 1877 foi erguida a Capela de São Sebastião (Wikipédia, acesso em 14 abr. 2024).

A Lei Estadual 402, art. 1º, de 12/11/1896 criou no município de Caconde o distrito de Grama. Dois anos depois, a Lei Estadual 338, art. 1º, de 20/08/1898 transferiu o distrito de Grama para o município de São José do Rio Pardo. A Lei Estadual 2072 de 04/11/1925 o transformou em município de Grama e a Lei Estadual 233 de 24/12/1948 estabeleceu a formação administrativa do município, alterando seu nome para município São Sebastião da Grama.

A cidade está situada a uma latitude de 21°42'38" sul, longitude de 46°49'15" oeste e altitude de 945 metros, com população de 10.441 pessoas, densidade demográfica 41,37 pessoas/km², numa área de 252,41 km² (Censo IBGE, 2022).

Também tem uma economia local marcada pela presença de pequenos e médios produtores, focados na agricultura familiar, na produção de cafés especiais e

com produtores que se organizaram em cooperativas e associações, fortalecendo a produção e melhorando a comercialização do café.

Há parcerias e colaboração com instituições como SEBRAE e universidades para promover capacitação, inovação e sustentabilidade na produção cafeeira, com adoção de práticas agrícolas sustentáveis, como a agricultura orgânica e o manejo agroflorestal, o que melhorou a qualidade e a reputação do café produzido na região.

A busca por certificações de qualidade e a participação em concursos nacionais e internacionais ajudaram a destacar o café de São Sebastião da Grama, dando-lhe uma trajetória, da formação do APL até seu reconhecimento pela SDE-SP, composta por uma série de etapas que consolidaram a região como produtora de café de alta qualidade.

Valendo-se da sua forte tradição na produção de café e beneficiando-se das condições climáticas e geográficas favoráveis, foi criado um plano de desenvolvimento específico para o APL, detalhando as características da região, a estrutura de governança e as estratégias para promoção da cooperação e do desenvolvimento sustentável.

A mobilização e o engajamento dos produtores locais para participarem ativamente do APL fortaleceu a governança e a coesão do grupo e a proposta formal foi apresentada à SDE-SP, incluindo estudos e relatórios sobre o potencial e a importância econômica da região.

A avaliação pela SDE-SP resultou no reconhecimento formal do APL de São Sebastião da Grama em 2020, devido ao seu potencial econômico e à qualidade dos produtos. Conforme está no edital de chamamento público SDE-CDRT N° 02/2021: projeto de fomento aos arranjos produtivos locais e polos de desenvolvimento e conforme o resultado da classificação de níveis de maturidade dos arranjos produtivos locais reconhecidos pelo programa de fomento aos APLs paulista, publicado pela SDE-SP em 06/04/2021, é um APL reconhecido como “consolidado”.

Esse reconhecimento como APL dá acesso a verbas adicionais, programas de apoio ao desenvolvimento econômico, qualificação de mão de obra, fortalecimento da cadeia produtiva do café, reforça a identidade cafeeira de São Sebastião da Grama, promovendo a região como produtora de cafés especiais e fortalecendo sua presença no mercado interno e externo.

Toda essa trajetória envolveu o desenvolvimento histórico da cafeicultura, a organização dos produtores, a busca por qualidade e sustentabilidade e a elaboração

de um plano de desenvolvimento, culminando com o reconhecimento formal pela SDE-SP, destacando a importância econômica da produção de café para a região e a promoção do desenvolvimento sustentável e competitivo dos produtores locais.

É uma região com potencial para reconhecimento de IG, constatado pelo SEBRAE, após avaliações das regiões potenciais, conforme publicado no site do IFSP em 23/03/2021 em que o SEBRAE contratou o IFSP para assessorar projetos de IG e um deles foi o APL de São Sebastião da Gramma que já entrou com pedido de reconhecimento da IG e está aguardando a aprovação do INPI.

4.3 Caracterização dos respondentes da pesquisa

Os respondentes desta pesquisa são os especialistas ou pesquisadores do e INPI, MAPA, SEBRAE, SDE-SP, SAA-SP, IFSP, os gestores da entidade gestora dos APLs e os substitutos processuais das IGs:

- INPI, foram entrevistados o diretor substituto com experiência operacional no processo da constituição de direitos e trâmites administrativos, trabalhando direto com indicação geográfica e com os substitutos processuais no processo formalmente constituído de reconhecimento e a tecnóloga em propriedade industrial, representante do INPI nas questões de indicação geográfica do Estado de São Paulo. Doutora em física e estatística.
- MAPA, o entrevistado foi o auditor federal agropecuário lotado na Superintendência Federal de Agricultura de São Paulo, palestrante e responsável pelo tema indicação geográfica e marcas coletivas, atuando nessa área desde 2013. Participa do fomento de diversas indicações geográficas, fazendo a prospecção do arranjo e verificação da possibilidade de prosperar para IG. Participou em 2017 de treinamento na União Europeia, juntamente com os 27 países e mais três estados membros sobre essa temática, o que proporcionou a troca de experiências e comparação das dificuldades e desafios das IGs.
- SEBRAE, a entrevistada é consultora de negócios do SEBRAE, escritório de Osasco – SP. Trabalha com arranjo produtivo local e tem como meta ajudar os APLs a se tornarem IG. Concluiu o doutorado em IG em 2023.
- SDE-SP, a entrevistada foi a diretora técnica responsável pelo programa de fomento a APLs, desde 2021. Trabalha com as diretrizes para o reconhecimento desses APLs e é membro do Fórum de IG representando a SDE-SP.

- SAA-SP, a entrevistada é doutora em Sistemas de Gestão Agroindustrial/ Engenharia de Produção e pesquisadora com 18 anos de experiência em pesquisa na área de economia e desenvolvimento regional. Treina os APLs da agricultura, treinou o Substituto Processual da IG de Garça para o processo de reconhecimento e faz parte do fórum de IG do Estado de São Paulo organizado pelo MAPA
- IFSP, o entrevistado trabalha com gestão da propriedade intelectual desde 2010 e especificamente com a indicação geográfica nos anos de 2011, 2012 e 2013, fazendo mentoria de projetos. Atualmente trabalha no IFSP, no contexto dos APLs e IGs com a função de prospectar parcerias e entender quais são as demandas desses arranjos para propor soluções conjuntas com a instituição.
- IG da região Alta Mogiana, o entrevistado foi o cafeólogo, autor do livro Guia do Barista, empresário e fundador da exportadora Latitudes *Grand Cru Coffee* com vasta experiência no setor cafeeiro. É, atualmente, o presidente da Associação de Cafés Especiais da Alta Mogiana (AMSC) que é a substituta processual dessa IG. Está envolvido em projetos relacionados ao setor cafeeiro, como o Fórum de Qualidade e o Concurso de Qualidade que visam promover e celebrar os cafés especiais da região.
- IG da região de Pinhal, o entrevistado foi o Advogado, Administrador de empresas e o atual Presidente do Conselho do Café da Região Mogiana de Pinhal (COCAMPI), substituto processual da IP de Pinhal e presidente da Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Pinhal (COOPINHAL). Tem 65 anos de experiência na cafeicultura.
- IG da região de Garça, o entrevistado foi o publicitário que atua na região desde 2017 e é o presidente do Conselho do Café da região de Garça (CONGARÇA), gestor do APL e Substituto Processual da IG de Garça.
- APL da região de Caconde, o entrevistado foi o produtor rural com trajetória ligada ao agronegócio e à cafeicultura no Estado de São Paulo. É o atual presidente do Sindicato Rural de Caconde, entidade gestora do APL da região. É presidente da Câmara Setorial do Café que tem como objetivo promover a cafeicultura paulista através da cooperação entre as organizações públicas e privadas.

- APL da região de Divinolândia, o entrevistado foi o Engenheiro Eletricista, produtor e defensor da agricultura regenerativa que participou da criação da Associação dos Cafeicultores de Montanha de Divinolândia (APROD). É o atual presidente do Sindicato Rural Patronal de Divinolândia, entidade gestora do APL.
- APL da região de São Sebastião da Grama, o entrevistado é formado em tecnologia da informação e pequeno produtor familiar. É um dos fundadores e o atual presidente da Associação dos Cafeicultores do Vale da Grama, entidade gestora do APL da cafeicultura de São Sebastião da Grama.

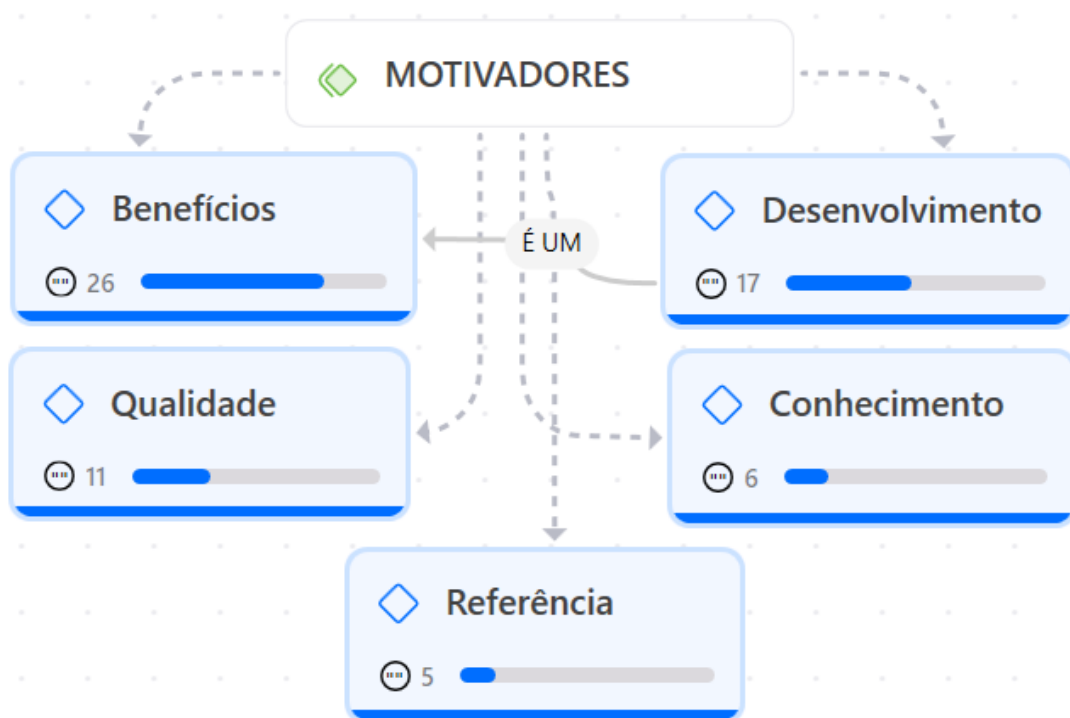
4.4 Resultados obtidos e análises

Neste tópico estão os resultados obtidos após as análises das entrevistas cuja codificação foi feita com base nos códigos das revisões da literatura. Os resultados foram analisados à luz do referencial teórico, da questão problema e dos objetivos propostos, emergindo os motivadores, facilitadores e barreiras para a tomada de decisão.

4.4.1 Pesquisa de campo: motivadores da tomada de decisão

Considera-se que, conforme Simon (1957) e Kahneman (1974), os indivíduos buscam soluções que sejam "boas o suficiente" em vez de ótimas, reconhecendo que eles têm limitações cognitivas e de informação e que os motivadores da tomada de decisão podem ser intrínsecos (ligados aos interesses individuais) ou extrínsecos (relacionados a fatores externos, como recompensas ou reconhecimento). Os motivadores da tomada de decisão identificados nos APLs estudados estão na Figura 12.

Figura 12 - Códigos da categoria motivadores derivados da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (extraída do ATLAS.ti, 2024)

Os principais códigos que caracterizam os motivadores da tomada de decisão em APLs são os **Benefícios** (magnitude 26), **Desenvolvimento** (magnitude 17) e **Qualidade** (magnitude 11) seguidos pelo **Conhecimento** (magnitude 6) e **Referência** (magnitude 5), apresentados na Figura 12. No Quadro 13 estão os atores (entrevistados), os códigos e citações que compõem a categoria motivadores.

Quadro 13 - Atores e códigos da categoria motivadores

Atores	Código	Orgão	Citação
Governo		INPI-H	a IG é o único direito que não expira. Fixa o homem na terra. Editais que são oferecidos, tanto pelo Instituto Federal quanto pelo Sebrae e por algumas agências. Promove o turismo.
		INPI-M	Promove o turismo. Emprego e renda. Diferenciação dos produtos.
		MAPA	Promove o turismo. Fixa o homem na terra. Aumenta a autoestima das pessoas.
IEP	Benefícios	IFSP	Promove o turismo.
		APL SSG	Promove o turismo
Empresa		IG Garça	Promove turismo. Visa mercado internacional
		IG Pinhal	Promove turismo. Muita gente já procura por qualidade no café e paga mais num excelente pacote.
		IG Alta M	Promove turismo. Turismo rural para as propriedades para manter os filhos ali.
Governo		INPI-M	é um instrumento de criação de valor para esses arranjos.
		MAPA	desenvolvimento Rural, é melhorar a qualidade de vida das pessoas. Senso de pertencimento entre os membros
IEP	Desenvolvimento	IFSP	melhoria na comunicação sobre a região e na organização dos produtores. Desenvolvem o turismo.
Empresa		APL SSG	a IG, alem do nome do café Vale da Grama conhecido internacionalmente, o pessoal vem buscar o café aqui.
		IG Garça	A IG valoriza os produtores a cidade e os 15 municípios. A gente não tinha nenhuma marca hoje,nós temos 20 marcas.
Governo	Qualidade	IG Alta M	A IG propiciou a abertura de cafeterias, na abertura de torrefações, micro torrefações, torrefações artesanais nas cidades. Contribuiu para o desenvolvimento da região.
		INPI-M	reunião de evidências sobre a tipicidade do produto.
		MAPA	atribui qualidade, ... para a produção daquele produto
Empresa		SDE-SP	IG é indicativo de qualidade, é indicativo de diferencial.
		IG Garça	a gente teve uma evolução muito grande na qualidade do café
		IG Pinhal	Tem que ter controle porque o café é a segunda maior commodity do mundo, o maior movimento depois do petróleo
Governo	Conhecimento	IG Alta M	o aumento de qualidade do café ali, da qualidade geral dos cafés dali
		MAPA	facilita a troca de conhecimento
Empresa		IG Garça	veio a partir da IG, ela veio a partir da intenção da IG
		IG Alta M	conhecimento na produção, na torra de café especiais, no preparo de cafés especiais e da opções de comercialização.
Empresa	Referências	APL SSG	O produtor, eu vejo que ele primeiro quer ver resultado para ele embarcar nessa.
		IG Alta M	o cerrado e Alta Mogiana sempre foram as referências, porque foram as primeiras, saindo na frente e pela reputação

Fonte: Elaborado pelo autor (dados extraídos do ATLAS.ti, 2024)

O primeiro requisito legal que uma região deve atender na busca por IG é o de comprovar a notoriedade através do resgate da história da região e construir uma narrativa sólida e autêntica sobre a origem e a qualidade dos produtos, conectando o produto a um contexto histórico e cultural específico, proporcionando preservação, valorização do patrimônio cultural e histórico local, fortalecimento da identidade e reputação dos produtos originários (INPI, 2023).

Entende-se que o APL que busca a IG deve, primeiro, cumprir aquele requisito legal para depois poder pensar no reconhecimento. A análise dos códigos do Quadro 13 revelou:

1) **Benefícios** mais o desenvolvimento e a qualidade compõem o principal motivador da decisão para um APL pleitear o reconhecimento de IG. Esses benefícios proporcionados pela IG são indicados pelos atores (entrevistados) como:

- **Direito que não expira**, conforme o INPI, o reconhecimento da IG é o único direito que não expira;
- **Promoção do turismo**: justifica o esforço e os investimentos necessários por gerar desenvolvimento econômico local, criar empregos e estimular outros setores econômicos, tais como gastronomia, hotelaria, bares, restaurantes e outros, o que melhora a qualidade e o conhecimento adquiridos com todo o processo;
- **Desenvolvimento rural**: objetivo do MAPA, conforme a entrevistada do INPI, pode desenvolver o senso de pertencimento dos produtores e fixar o homem na terra, uma vez que a IG é instrumento que pode promover a criação de valor para os APLs;
- **Aumenta o emprego e a renda**, favorecido pelo desenvolvimento rural;
- **Fixa o homem na terra**, consequência do desenvolvimento rural e do aumento do emprego e da renda.

2) **Conhecimento**:

- IG facilita a troca de conhecimento e promove a intenção de pleitear o reconhecimento, conforme afirmou o entrevistado da IG Garça, haja vista que existem muitos benefícios, inclusive a possibilidade da troca de conhecimento sobre os processos de produção, torra, preparo e opções de comercialização, como complementa o entrevistado da IG Alta Mogiana.

3) **Referência**:

- Resultados positivos de outras IGs. Conforme o APL de São Sebastião da Grama que já solicitou o reconhecimento da IG, muitos produtores esperam ver resultados para decidirem participar da IG, o que torna

importante as referências de sucesso como as do Cerrado Mineiro e Alta Mogiana, motivadoras da tomada de decisão de outras regiões.

Dessa forma, o processo de reconhecimento IG, ao exigir comprovação da notoriedade, envolve a comunidade local, levando-a a revisitar e valorizar sua história, tradições e práticas culturais, incluindo as técnicas ancestrais de produção, festas populares e costumes que são transmitidos de geração em geração, promovendo o senso de pertencimento e orgulho é o destacado pelo entrevistado da IG Alta Mogiana.

Consequentemente, os entrevistados do INPI, MAPA, IGs Garça, Pinhal e Alta Mogiana destacam que a história rica e bem documentada pode atrair turistas interessados em conhecer a origem dos produtos e seus processos de produção, tornando o turismo num dos principais benefícios derivados do reconhecimento da IG, estimulando o aumento da autoestima das pessoas, ampliação do mercado consumidor e aumento do preço de venda.

Sendo importante para a os produtores e para os consumidores, a entrevistada da SDE-SP qualifica a IG como indicativa de qualidade e diferencial, atribuída à produção daquele produto e o entrevistado do MAPA afirma que precisa de controle o que pode motivar motiva os produtores, a exemplo da IG de Garça que comprovou a significativa evolução da qualidade do café da região ao participar dos concursos e a IG Alta Mogiana que afirma ter obtido aumento da qualidade geral na produção e do café.

Diante desses resultados e análises, os motivadores da tomada de decisão: benefícios, conhecimento e a referência dão aos APLs condição para uma decisão racional, contrapondo a racionalidade limitada (Simon, 1957).

4.4.2 Pesquisa de campo: facilitadores da tomada de decisão

Os facilitadores da tomada de decisão simplificam e agilizam o processo de obtenção do reconhecimento da IG e, quando associados aos motivadores, possibilitam a decisão favorável, minimizando o impacto da abordagem de Simon (1957) de que as decisões são tomadas com base em informações incompletas e em um tempo limitado. Os códigos da categoria facilitadores derivados da análise das entrevistas estão na Figura 13.

Figura 13 - Códigos da categoria facilitadores derivados da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (extraída do ATLAS.ti, 2024)

Os códigos **Apoiadores externos** (magnitude 52) associado a **Envolver a Tríplice Hélice** (magnitude 9) seguidos por **APL reconhecido** (magnitude 41) associado a **Produtores organizados** (magnitude 20), são os principais facilitadores, porém a **Disponibilidade de recursos** (magnitude 9) e a **Adoção de novas tecnologias** (magnitude 7) completas o rol de facilitadores da tomada de decisão.

Os entrevistados destacam que envolver a tríplice hélice (governo, produtores e universidade) colabora com a tomada de decisão por envolver a troca de conhecimento e facilitar o entendimento do processo de reconhecimento IG e a eventual adoção de novas tecnologias, assim os atores, códigos e citações dos entrevistados estão no Quadro 14.

Quadro 14 - Atores e códigos da categoria facilitadores

Atores	Código	Orgão	Citação
Governo	Apoiadores externos. Envolver a triplice hélice	INPI-H	Instituto Federal, SEBRAE, EMBRAPA e secretarias municipais de desenvolvimento.
		INPI-M	SEBRAE, porque ele aporta o recurso, mobiliza as competências e apoia a organização da governança.
		MAPA	outras entidades no Brasil: SEBRAE, IFSP e os IF no Brasil. Secretarias de agricultura. Secretarias de turismo local. EMBRAPA.
		SEBRAE	o SEBRAE entra para apoiar, orientar. Entra como parceiro.
		SAA-SP	Faz capacitação. Instituto Federal mapeou o estado. SEBRAE.
		SDE-SP	SDE-SP reconhece e apoia o APL. Instituto Federal está em campo ajudando APLs e IGs. Primeira a Tríplice Hélice que a gente fala.
IEP	APL reconhecido. Produtores organizados	IFSP	Os IFs objetivam promover desenvolvimento do território. Organização dos produtores. Organização da cadeia produtiva.
Empresa		APL SSG	SEBRAE ajuda demais no desenvolvimento dos produtores. SENAR propicia cursos voltados para a área rural. IFSP conduziu o trabalho.
		IG Garça	a prefeitura ajudou na captação da verba. Apoio da cooperativa.
		IG Pinhal	SAA, MAPA e SEBRAE são ótimos parceiros.
	IG Alta Mogiana	SEBRAE são ótimos parceiros nossos em todos os eventos. Faltou apoio de algumas das prefeituras.	
Governo	APL reconhecido. Produtores organizados	INPI	Facilita porque os APLs reconhecidos contam com instituições de fomento, mas não é necessário. Precisa constituir liderança.
		MAPA	Facilita. Toda IG é um APL, mas nem todo APL é uma IG.
		SAA-SP	a liderança do grupo que faz muita diferença.
		SDE-SP	Facilita. Toda IG é um APL, mas nem todo APL é uma IG. APL é formação e capacidade de organização do grupo. IG vai trabalhar mais com o produto.
		SEBRAE	APL tem apoio governamental. É a gênese da IG, porém nem todo APL é IG.
IEP	APL reconhecido. Produtores organizados	IFSP	APL facilita o pedido de IG. Reconhecimento IG é mais rápido quando tem cadeia organizada.
Empresa		IG Garça	há 13 anos quando eu cheguei em Garça existia uma associação com a intenção de IG.
		IG Pinhal	agora o pessoal está indo para o mundo efetivamente.
		APL SSG	Facilita. Acesso às políticas públicas, linhas de crédito, ações de promoção de cafeicultura e do café. Feiras e eventos.
	APL Caconde	Facilita. Organizados a gente trabalha com pesquisa, com a revenda, com a política pública. Participa dos editais da SDE-SP.	
Governo	Disponibilidade de recursos	MAPA	previsão legal para estruturar, fomentar e apoiar os produtores e fabricantes que queiram buscar IG.
		SAA-SP	linha de crédito mais barata do que os financiamentos normais
		SDE-SP	existe o programa de fomento a APL para comprar beneficiadora de café itinerante a ser feito na propriedade do Produtor.
Governo	Adoção de novas tecnologias	MAPA	obriga os produtores a discutirem um CET mínimo. Eleva o nível de qualidade técnica daqueles produtores.
Empresa		IG Alta Mogiana	sistema de rastreabilidade para gestão da rastreabilidade das exigências já existentes. Bioreatores até o investimento nas seletoras eletrônicas de cereja.
		APL Caconde	temos aqui 1350 assinaturas de internet rural

Fonte: Elaborado pelo autor (dados extraídos do ATLAS.ti, 2024)

Como proporcionadores da decisão favorável, a análise dos códigos das entrevistas, Quadro 14, revela os facilitadores da tomada de decisão:

- 1) **Apoiadores externos** e o **envolver a Tríplice Hélice** composta pelos órgãos do governo (MAPA, SEBRAE, SDE-SP, SAA-SP e EMBRAPA), universidade (IFSP) facilitam a tomada de decisão por aportarem recursos,

mobilizar as competências, apoiar a organização da governança e a organização dos produtores e de suas cadeias produtivas.

- 2) **APL reconhecido** ou a existência de **Produtores organizados** facilita a tomada de decisão por já contarem com instituições de fomento ou por já terem participado de outros processos de certificação torna o processo de reconhecimento IG mais rápido.
- 3) **Disponibilidade de recursos** entendida como previsão legal, a exemplo do existente para os APLs, para estruturar, apoiar e fomentar os produtores e fabricantes facilitam a tomada de decisão.

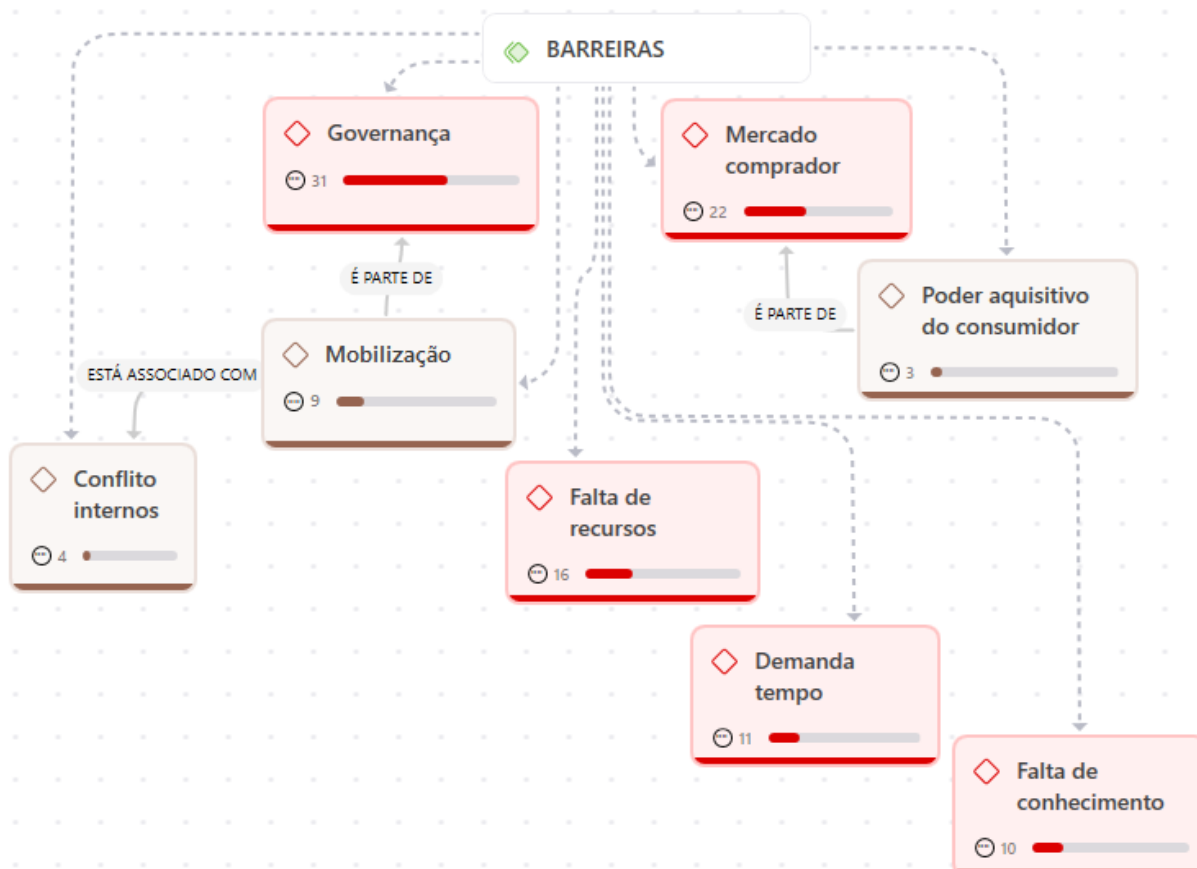
Portanto, os facilitadores da tomada de decisão são os apoiadores externos, a existência de APL reconhecido ou Produtores organizados e a Disponibilidade de recurso facilita a tomada de decisão dos APLs por possibilitar maiores informações, redução dos riscos, contrapondo a racionalidade limitada (Simon, 1957).

4.4.3 Pesquisa de campo: barreiras da tomada de decisão

Barreiras como obstáculos mais rígidos e muitas vezes estruturais, dificultam ou podem levar à tomada de decisão desfavorável, por pleitear o reconhecimento de IG, podendo exigir mudanças legislativas, políticas ou institucionais para serem superadas. Elas podem ser incertezas, conflitos internos, atitude e julgamento dos decisores, identificadas no ambiente de decisão do decisor (Takemura, 2014).

As barreiras da tomada de decisão identificadas nos APLs estudados estão na Figura 14.

Figura 14 - Códigos da categoria barreiras derivadas da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (extraída do ATLAS.ti, 2024)

O código **Governança** (magnitude 31) associado aos códigos **Mobilização** (magnitude 9) e **Conflitos internos** (magnitude 4) constituem, conforme os entrevistados, a principal barreira para tomada de decisão do APL, ao lado de **Mercado comprador** (magnitude 22) associado ao **Poder aquisitivo do consumidor** (Magnitude 3). A eventual Falta de recursos (magnitude 16), Demanda tempo (magnitude 11) e Falta de conhecimento (magnitude 10) completam o rol de barreiras para uma tomada de decisão desfavorável a pleitear o reconhecimento IG.

No Quadro 15 estão os atores (entrevistados), os códigos e as citações da categoria barreiras.

Quadro 15 - Atores e códigos da categoria barreiras

Atores	Código	Orgão	Citação	
Governo		INPI	A governança é um elemento crítico, fundamental e decisivo.	
		MAPA	é muito comum encontrar um território que tem produto, tem as pessoas, mas não existe uma associação formalizada	
		SAA-SP	Maior dificuldade é grupo, sabe trabalhar em grupo.	
		SDE-SP	tanto IG como APL, o principal motivo é a formação do grupo.	
		SEBRAE	falta de cultura associativista uma falta de integração. A governança deve estar disposta a contribuir e envolver outros.	
IEP	Governança	IFSP	é processo chave.	
Empresa		APL Caconde	falta comprometimento do Produtor. E alega que ele não tem tempo.	
		APL SSG	alguma iG que conseguiu a aprovação e não deslanchou, aí é mais uma questão de governança.	
		IG Alta M	a gente tem a diretoria e a diretoria tem o diretor presidente que sou eu.	
		IG Pinhal	tem sempre meia dúzia que leva o piano... a coisa fica difícil, não anda mesmo, inacreditável.	
Governo	Mobilização	INPI	Constitui a governança e a mobilização de competências.	
		SDE-SP	um APL pode ser até reconhecido mas ele por si só desmotiva por falta de mobilização local.	
		SEBRAE	ela tem uma pessoa que cuida da IG, alguém que vai atrás.	
		IEP	IFSP	4 anos de atividade com eles e a gente não consegue fazer com que esses produtores se apropriem daquilo
		Empresa	APL SSG	Toda a diretoria executiva da associação é produtor voluntário.
IG Alta M	Tem um grupo que lidera e os outros que vão atrás.			
IEP	Conflitos Internos	IFSP	problemas de relacionamento que precedem a utilização e o posicionamento coletivo enquanto IG.	
Empresa		IG Pinhal	Essa história de iG acabou reativando rixa que não se falava, não se tinha mais.	
		IG Alta M	Tem um cara que não gosta do fulano porque tem alguma coisa pessoal.	

Continua

Continuação

Atores	Código	Orgão	Citação
Governo		INPI	o Brasil não tem essa super cultura de difusão da IG. O consumidor não reconhece as exigências brasileiras.
		MAPA	o dono da loja não saber o que é e nem do que se trata a IG e achar que é mais um selo
		SEBRAE	o consumidor não entende o que é IG ainda. O próprio produtor tem dificuldade, quem dirá o consumidor
		SAA-SP	Pode ser que futuramente, mas hoje não.
Mercado comprador		APL	talvez assim, outros mercados faria sentido.
		Caconde	
Empresa		APL	ao longo desses anos o mercado, dificilmente, esteve preocupado com IG ou valoriza muito pouco
		Divinolândia	
		APL SSG	o consumidor brasileiro ainda não entende a diferenciação de comprar produtos IG como tem na Europa.
		IG Garça	O consumidor não conhece muito, mas ele valoriza se ele conhecer.
IEP		IG Alta M	A gente tem que lembrar que o maior consumo de café brasileiro é de café comum. A pessoas não sabem o que é IG.
		IFSP	a disposição das pessoas está muito influenciada pelo poder aquisitivo que se tem.
Empresa	Poder aquisitivo do consumidor	APL	A gente ainda não tem consciência, o brasileiro tem poder aquisitivo muito baixo.
		Divinolândia	
Governo		IG Alta M	Pequena parcela da população tem condição de ir numa cafeteria ou comprar um produto que custa R\$50 ou 100 o Kg.
		INPI-H	não existe linha de crédito que possa ser usada no pós IG. Limitação de recursos financeiros.
		MAPA	linhas de crédito, recurso para as associações trabalharem.
		SEBRAE	Os órgãos ajudam a IG até o registro e daí saem de cena.
Empresa	Falta de recursos	SDE-SP	não existe um recurso para fomento de IG pelo governo do Estado.
		APL	o trabalho é tão grande e com uma pequena organização fica, praticamente, inviável sem recursos.
		Divinolândia	
		APL SSG	as gestões anteriores não conseguiram avançar por falta de recurso, recursos específicos é imprescindível.
Governo	Demanda tempo	IG Pinhal	estamos tentando conseguir recursos para as IGs se movimentarem, nós não temos recursos.
		IG Alta M	existe a dificuldade muito grande do recurso para fazer eventos.
		INPI-H	é um processo que demanda tempo e amadurecimento.
		SEBRAE	A governança não quer fazer frente a isso porque leva tempo.
APL		SAA-SP	O processo é muito rigoroso, muito criterioso.
		Pinhal	muita gente desistia e nem queria dar início ao processo porque não tem cabimento uma IG demorar oito anos.
Governo	Falta de conhecimento	INPI	as pessoas não sabiam como era o reconhecimento da IG. Não sabem nem por onde começar. No Brasil a gente mal começou a engatinhar.
		SEBRAE	IG é uma coisa muito nova ainda no Brasil.
Empresa		SDE-SP	formação em IG é recente no Estado. Pequenos agricultores não têm ideia de porque fazer parte disso.
		IG Alta M	falta um conhecimento também sobre esse trabalho de IG

Fonte: Elaborado pelo autor (dados extraídos do ATLAS.ti, 2024)

As análises dos códigos das entrevistas, Quadro 15, revelaram que:

- 1) **Governança**, conforme todos os entrevistados, é fundamental e decisiva, tanto para a formação do APL quanto para a IG e nela reside a principal barreira à tomada de decisão, especialmente porque depende de mobilização dos produtores e, a depender do nível de conflitos entre os produtores, a barreira fica maior ainda.

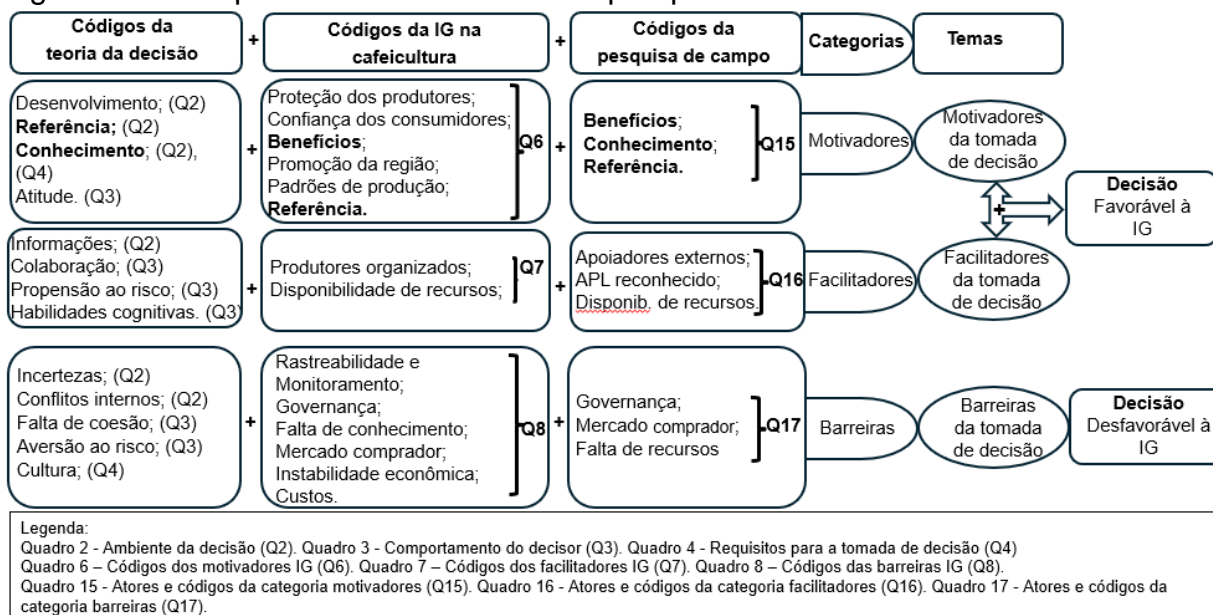
O entrevistado do MAPA destaca que a governança deve incluir produtores, associações, instituições de pesquisa, órgãos governamentais e é essa constituição que transforma a governança na principal barreira e afirmar: “é muito comum encontrar território que tem produto, tem as pessoas e não existe uma associação formalizada”.

- 2) **Mercado comprador**, conforme os entrevistados, é constituído por torrefadoras, grandes empresas, importadores e consumidores, sendo o mercado comprador uma outra importante barreira impactada pelo baixo **Poder aquisitivo do consumidor** e pelo seu desconhecimento do significado da IG. Conforme a entrevistada e o entrevistado do INPI o Brasileiro ainda não tem cultura de valorização da IG.
- 3) **Falta de recursos**, ressaltado pelos entrevistados, também é uma barreira associada à **Demanda tempo** entre iniciar o processo de reconhecimento, e obter os resultados;
- 4) **Falta de conhecimento**: A IG é uma instituição ainda recente no Brasil e o conhecimento sobre ela ainda está sendo divulgado e completa o rol de barreiras da tomada de decisão no APL.

Dessa forma, as principais barreiras para a tomada de decisão pelos APLs são: constituir a governança, as exigências do mercado comprador, a falta de recursos e a falta de conhecimento para executar o processo de reconhecimento IG.

Esses códigos são adicionados aos códigos da teoria da decisão e da literatura da IG na cafeicultura, apresentados na Figura 15.

Figura 15 - Comparativo entre a teoria e a pesquisa



Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

O panorama dos motivadores, facilitadores e barreiras da tomada de decisão mostrado na Figura 15, mostra que:

Categoria motivadores

- **Referência:** código presente na teoria da decisão, literatura da IG na cafeicultura e na pesquisa de campo;
- **Conhecimento:** código presente na teoria da decisão e na pesquisa de campo e aparece na literatura da IG;
- **Benefícios:** código presente na literatura da IG na cafeicultura e na pesquisa de campo.

Categoria facilitadores

- **Produtores organizados e APL reconhecido:** códigos que aparecem na literatura de IG e na pesquisa de campo são correspondentes, por dois aspectos, 1) para obter o reconhecimento IG os produtores devem estar organizados, porém não é obrigatório ser um APL reconhecido; 2) ser APL reconhecido e facilitador do processo de reconhecimento IG;
- **Informações:** código que aparece na teoria da decisão, pode ser um componente da racionalidade limitada (Simon, 1957) da decisão racional, impactando todo o processo decisório;
- **Colaboração, Propensão ao risco e Habilidades cognitivas:** códigos que aparecem na teoria da decisão impactam diretamente a organização

dos produtos que aparece na literatura da IG e nos APLs reconhecidos presente na pesquisa de campo;

- **Disponibilidade de recursos:** código presente na literatura da IG na cafeicultura e na pesquisa de campo é apontado pelos produtores como facilitador da tomada de decisão.

Barreiras

- **Governança:** código presente na literatura da IG na cafeicultura e na pesquisa de campo é a principal barreira para a tomada de decisão potencializada pela existência de **Conflitos internos, Falta de coesão e Aversão ao risco** presentes nos produtores (Takemura, 2014);
- **Mercado comprador:** código presente na literatura da IG e na pesquisa de campo é uma barreira fundamental para a tomada de decisão por envolver um sistema de distribuição do café concentrado em grandes empresas, controlando e barganhando preços com os produtores;
- **Falta de recursos:** emerge da pesquisa de campo, é impactada pelos **Custos e Instabilidade econômica** identificados na literatura da IG (Mancini, 2013; Laksono *et al.*, 2022), caracterizando a falta de recursos como outra barreira para a tomada de decisão;
- **Falta de conhecimento:** código presente na literatura da IG na cafeicultura, quando associado às **Incertezas** presentes nos APLs e à **Cultura**, potencializada em ambientes competitivos (Mican; Fernandes; Araujo, 2020; Calheiros; Lobo, 2023) justifica a falta de conhecimento como a outra barreira da tomada de decisão.

5 DISCUSSÃO

O Arranjo Produtivo Local (APL) – composto por rede de empresas ou produtores e por atores governamentais e não governamentais, iniciativa privada, sociedade civil e demais níveis de governo – produz articulações intersetoriais e produtos derivados da articulação intergovernamental (Abrucio; Sano; Sydow, 2010) e regulamentado pelo Decreto nº 54.654 promove o desenvolvimento local e regional (MDIC, SDE-SP, SEBRAE, BNDES).

Por outro lado, a região que tem Indicação Geográfica (IG), similar ao APL, também é composta por rede de empresa ou produtores e atores similares ou até os mesmos do APL, porém a IG é o instrumento legal de proteção dos produtores e produtos derivados da origem geográfica, envolvendo a colaboração entre produtores, governo e comunidades locais para garantir a qualidade e a autenticidade dos produtos (LPI-9.279, 1996) e o entendimento dos entrevistados do SEBRAE, MAPA, SDE-SP e INPI é de que toda IG é um APL, mas nem todo APL é uma IG.

Desse modo, a IG é uma alternativa estratégica para o produtor proteger a singularidade do ambiente onde o café é produzido, bem como as suas características culturais, estando os produtores organizados em APL:

5.1 Porque o interesse pelo reconhecimento da IG dos produtores brasileiros, organizados em APL, ainda é tímido?

O tímido interesse do produtor é entendido a partir dos componentes da tomada da decisão (Takemura, 2014): 1), requisito técnico, dada a exigência legal (LPI-9.279, 1996) – para pleitear IG os produtores devem comprovar a notoriedade da região – na produção daquele produto ou serviço, não comprovando o APL, não pode pleitear o reconhecimento, mesmo que a região esteja organizada e tenha o reconhecimento de APL; 2) o ambiente de decisão do APL é um ambiente de incertezas e os produtores levam tempo para avaliar resultados e opções (Burbano-Figueroa *et al.*, 2022; Whitney; Biber-Freudenberger; Leudeling, 2023); e 3) comportamento do decisor complementa a resposta questão problema: dificuldade de formação da governança, por todos os entrevistados, como primordial para a tomada de decisão.

Além da formação da governança, que requer mobilização e solução de conflitos internos, dois outros aspectos colaboram com o entendimento da questão problema:

- **Falta de conhecimento:** Os entrevistados do INPI, SEBRAE, SDE-SP e da IG Alta Mogiana afirmam que não sabiam como iniciar o processo de reconhecimento IG por ser um instrumento novo no Brasil e muitos produtores não têm ideia de como fazer parte;
- **Mercado comprador:** Dominado por grandes empresas, o produtor não detém o controle sobre consumidor final relutância dos torrefadores em usar café com IG (Galtier; Belletti; Marescotti, 2013).

Desse modo, o baixo interesse do produtor se justifica pelos componentes da tomada de decisão.

5.2 Como e por que os motivadores favorecem a tomada de decisão?

De acordo com Takemura (2014), a tomada de decisão, ainda que baseada na racionalidade, depende do caminho adotado pelos tomadores de decisão. A decisão varia conforme o contexto, os incentivos e os pontos de referência estabelecidos. As ações são baseadas na análise racional dos dados para mitigar os riscos percebidos e valorizar os benefícios potenciais.

Na perspectiva da tomada de decisão, os motivadores atuam como estímulos que influenciam positivamente os gestores a analisarem os benefícios esperados, aqueles que oferecem utilidades tangíveis e intangíveis, por consequência, atuarem como forças que favorecem a decisão de avançar com as iniciativas.

No ambiente de incertezas e riscos dos APLs e IGs da cafeicultura, a percepção dos benefícios (utilidades) de longo prazo, tais como promoção do turismo rural, ampliação do mercado consumidor, geração de emprego e renda, fixa o homem na terra. Em conformidade com a Lei 9.279/1966, a IG é direito que não expira, exigindo que as regiões sejam demarcadas.

A demarcação da região para compor a IG é vista, tanto na literatura quanto pelo governo e IGs reconhecidas, como motivador fundamental por permitir ações de valorização da região, incremento na demanda, promoção do desenvolvimento sustentável das comunidades rurais com a consequente oferta de empregos locais, fixando o homem na terra. Consequentemente, as ações e os resultados positivos das

IGs de sucesso são citados pelos entrevistados das IGs Garça e Alta Mogiana como referências motivadoras para uma tomada de decisão favorável ao reconhecimento IG.

Portanto, a proteção legal dada pela IG, ao contrário de muitas outras formas de propriedade intelectual, como patentes e direitos autorais, garante que, enquanto houver produtores produzindo naquele território, o direito é deles, sem necessidade de renovação. É um atributo único que garante a proteção contínua e duradoura dos produtos, desde que continuem cumprindo os requisitos estabelecidos (Quiñones *et al.*, 2015; Mancini, 2013; Marie Vivien, 2013).

Estimula a preservação das tradições e práticas culturais associadas à produção, incentivando os produtores a manterem métodos tradicionais de produção, o que ajuda a preservar a identidade cultural da região e pode atrair investimentos para a região, já que os investidores têm garantia de que os produtos beneficiados por essa proteção têm um valor duradouro e estarão protegidos contra cópias e fraudes (Nielson, 2018; Purnomo *et al.*, 2019; Chambrol; Mariani; Sautier, 2015).

Motivadores na visão dos APLs sem reconhecimento IG

- Entrevistado do APL Caconde: **exigência de mercado** e como os mercados estão cada vez mais competitivos, exigindo produtos e serviços adequados ao crescente segmento de consumidores contemporâneos que valorizam práticas sustentáveis, qualidade, e autenticidade dos produtos e ética na produção, seremos estimulados a buscar este reconhecimento;
- Entrevistado do APL Divinolândia: ainda não identificou o motivador porém, apesar do baixo poder aquisitivo do consumidor, entende que o **mercado consumidor** é um importante motivador para a busca do reconhecimento porque os produtos da região possuem características únicas atribuídas à sua origem geográfica específica, atendendo às expectativas de qualidade superior e autenticidade por seguir padrões rigorosos de produção e serem representativos de sua região de origem, o que aumenta a **confiança do consumidor**;
- Entrevistado do APL de São Sebastião da Gramma: declara que foram motivados pelos **benefícios** (turismo) e pelas **referências**. Já solicitou o reconhecimento da IG e está aguardando a concessão do INPI. Concorda que a exigência do **mercado consumidor** obriga os produtores a se adequarem e pleitearem a IG.

Motivadores na visão dos APLs com reconhecimento IG

- Entrevistado da IG Alta Mogiana: **promoção do turismo**, fixação do homem na terra e **referências**;
- Entrevistado da IG Pinhal: também aponta os **benefícios** como o principal motivador com destaque para o turismo rural;
- Entrevistado da IG Garça: aponta os **benefícios** como o principal motivador, com destaque para o turismo, valorização dos produtores e da região e a abertura de novos mercados.

O aumento do consumo do café observado através da abertura de muitas cafeterias, torrefações, microtorrefações e torrefações artesanais têm estimulado os APLs a pensarem sobre o reconhecimento IG vinculado à necessidade de garantir sua reputação e expandir a presença do produto em novos mercados, o que proporciona desenvolvimento econômico da região produtora, segundo o entrevistado IG Alta Mogiana.

Há editais de fomento emitidos pela SDE-SP, pelo BNDES para APLs, oferecendo recursos financeiros e apoio técnico para fortalecer cadeias produtivas específicas, melhorar a competitividade e fomentar a cooperação por linhas de crédito e programas de apoio que incluem a promoção de APLs, com foco em infraestrutura, inovação tecnológica e sustentabilidade (BNDES, [s.d.]).

Entretanto, para IGs, ainda não existem programas formais para fomento de IGs, entretanto, o SEBRAE lança editais e programas específicos para fortalecer APLs e IGs com foco no desenvolvimento de micro e pequenas empresas através de capacitação, inovação e acesso a mercados. O MAPA e a SAA-SP lançam programas e editais voltados para a valorização de produtos agropecuários com potencial de IG, oferecendo suporte técnico, programas de capacitação e qualificação profissional para o processo de reconhecimento e promoção dos produtos.

Órgãos de apoio à pesquisa (tais como: FAPESP, EMBRAPA, IAC e universidades com campus na região, IFSP) têm apoiado o desenvolvimento dos APLs e IGs e todos eles, órgãos do governo, universidades e instituições de pesquisa, são fundamentais para promoverem o desenvolvimento regional e setorial através da mobilização de recursos, conhecimento e inovação.

O edital de fomento é um motivador importante por aportar dinheiro para o projeto específico (segundo os entrevistados INPI-H, SAA-SP) e, atualmente, para os APLs, são os editais publicados pela SDE-SP, visando estimular o desenvolvimento do APL e da região e, para as IGs, são os editais do IFSP e SEBRAE, visando treinamento e formação tanto dos APLs quanto das IGs com destaque para a importância do incentivo governamental.

5.3 Como e por que os facilitadores associados aos motivadores potencializam a tomada de decisão?

As pessoas tomam decisões baseadas no princípio da satisfação para buscar uma alternativa. Esse nível de envolvimento psicológico do tomador de decisão na tomada de decisão engloba emoções racionais e integrais, constituindo impulsionadores por vezes benéficos e por vezes prejudiciais à tomada de decisões (Takemura, 2014; Lerner *et al.*, 2015).

A disposição para assumir riscos, aliada ao conhecimento sobre os benefícios esperados, é estímulo para os gestores agirem, pois têm uma percepção mais apurada das recompensas potenciais, o que reduz sua aversão ao risco. Esse comportamento facilita a ação decisiva em ambientes de incertezas, como é o caso do reconhecimento de uma IG.

De forma estratégica, a tomada de decisão envolve não apenas a identificação de motivadores, mas também o desenvolvimento de um plano abrangente que considere a avaliação da urgência da decisão, da aptidão dos envolvidos e da receptividade ao risco (Burbano-Figueroa *et al.*, 2022; Calheiros-Lobo; Ferreira; Au-Yong-Oliveira, 2023). A existência de apoiadores externos e de APL reconhecido são facilitadores fundamentais.

Para solicitar o reconhecimento da IG junto ao INPI, é necessária a existência de associação ou entidade representativa dos produtores formalizada, nominada substituto processual. Se não existir, deve ser formada, etapa fundamental e que exige esforço para convencimento, conhecimento e formação do grupo.

Se existir e ainda assim for um APL reconhecido, é pressuposto que existe associação formalizada de produtores e cadeia produtiva organizada com um mínimo nível de governança e cooperação entre os produtores, o que pode reduzir o esforço

da formação do grupo, bastando transformar a entidade gestora do APL em substituto processual.

As associações fazem a coordenação eficaz entre os produtores, fornecem uma estrutura organizacional ao arranjo produtivo, facilitam a comunicação, o planejamento conjunto e a implementação de estratégias coletivas e, ao serem os substitutos processuais perante o INPI, podem fazer a submissão da documentação, após a realização dos estudos técnicos, históricos e elaboração do CET, assim como o acompanhamento do processo de registro da IG, garantindo que todos os requisitos legais sejam cumpridos.

Facilitadores na visão dos APLs sem reconhecimento IG

- Entrevistado do APL de Caconde: ter **APL reconhecido** pela organização, experiências adquiridas com a participação em editais;
- Entrevistado do APL Divinolândia: ter **Produtores organizados** e certificação *Fair Trade*;
- Entrevistado de São Sebastião da Gramma: ter **APL reconhecido**.

Facilitadores na visão dos APLs com reconhecimento IG

- Entrevistado da IG Alta Mogiana: ter **Apoiadores externos**;
- Entrevistado da IG Pinhal: ter **Apoiadores externos** e **APL reconhecido**;
- Entrevistado da IG Garça: ter **Apoiadores externos** e **APL reconhecido**.

Os apoiadores externos, em função do processo complexo de solicitação do registro de IG, tornam-se facilitadores por fornecerem recursos, suporte técnico, financeiro, conhecimento, treinamento, capacitação e apoio estratégico necessários ao fortalecimento da capacidade dos produtores de atender aos requisitos legais para alcançar o reconhecimento e aproveitar os benefícios.

Dentre os diversos apoiadores externos estão instituições governamentais, organizações não governamentais, universidades, institutos de pesquisa e entidades do setor privado, que oferecem recursos, expertise e suporte técnico essencial. Destacaram-se como importantes facilitadores e principais apoiadores do processo de reconhecimento da IG:

- IFSP: mencionado pelo INPI-H, MAPA, SAA-SP, SDE-SP e IFSP;

- SEBRAE: mencionado pelo INPI, MAPA, SAA-SP, SEBRAE, IG-Alta Mogiana e IG-Pinhal;
- EMBRAPA: mencionada pelo INPI e MAPA;
- SAA-SP: mencionada pela IG-Pinhal e SDE-SP.

As IGs Alta Mogiana, Pinhal e Garça, antes de solicitarem os respectivos reconhecimentos, se organizaram em associação ou conselho, AMSC, COCAMPI e CONGARÇA, respectivamente, e comprovam que os apoiadores externos e a organização dos produtores foram os facilitadores do processo de reconhecimento.

Portanto, os facilitadores associados aos motivadores potencializam a tomada de decisão ao criar um ambiente favorável à existência de produtores com capacidade de colaboração com as entidades gestoras e apoiadores externos para que os decisores envolvidos possam agir com confiança e clareza estratégica na coleta de dados, elaboração de documentos e cumprimento de requisitos técnicos e legais.

5.4 Como e por que as barreiras contribuem para tomada de decisão desfavorável?

As barreiras não apenas retardam ou inviabilizam o avanço das iniciativas, mas também podem desmotivar os atores envolvidos, resultando em decisões desfavoráveis ou na desistência do processo. Atuam como elementos de bloqueio no processo de decisão, criando incertezas e ampliando o risco percebido pelos tomadores de decisão.

A governança de uma IG envolve a criação de estruturas organizacionais complexas para gerir eficazmente os interesses diversos dos produtores e demais partes interessadas, vivenciada pelo INPI e SEBRAE e relatada pelo entrevistado do APL de São Sebastião da Gramma como podendo ser barreira significativa para produtores que não têm experiência em gestão organizacional.

Podem surgir conflitos derivados dos diferentes portes e capacidades financeiras dos produtores. Os pequenos temem que os grandes dominem o processo e os benefícios da IG, enquanto os grandes produtores hesitam em compartilhar os lucros equitativamente.

Os diferentes entendimentos sobre o processo de IG, benefícios esperados, objetivos individuais, nível de confiança, mentalidade competitiva com baixo nível de cooperação, falta de canais de comunicação eficazes e a ausência de uma liderança

clara potencializa os conflitos internos, dificulta a formação da governança e caracteriza uma barreira para a tomada de decisão.

Diante disso, constituir governança num ambiente dominado por grandes torrefadores (mercado comprador), incertezas, relacionamentos conflituosos entre produtores, falta de conhecimento sobre IG, instabilidade econômica e incertezas (Larrick, 2016) são barreiras que impedem a construção de consenso entre as partes interessadas e dificultam a tomada de decisão.

A formação da governança exige definição dos critérios, especificações, características geográficas, culturais e produtivas que diferenciam o produto e que justifique o reconhecimento da IG (LPI-9.279, 1996), quando impactada pela dificuldade de mobilização, ausência de consenso e falta de colaboração entre os envolvidos se transforma em obstáculo a ser superado.

Considerando o mercado comprador, a demanda por café direto do produtor cresceu com o aumento do consumo de cafés especiais juntamente com a valorização da sustentabilidade, rastreabilidade e monitoramento na cadeia produtiva. Os exportadores, torrefadores e cooperativas compram o maior volume produzido e subordinam os produtores às suas exigências, o que interfere no comportamento do produtor (Takemura, 2014), deixando-o cético em relação aos benefícios da IG.

Embora haja mercados compradores e consumidores – como os dos: **Estados Unidos** (maior importador de café brasileiro e consumidor de cafés especiais e convencionais); da **Alemanha** (centro de torrefação e redistribuição de café para o restante da Europa); o da **Itália** (grande consumidora de cafés de alta qualidade e um dos centros mundiais da cultura do café expresso); e o do **Japão** (consumidor de cafés especiais, valoriza a rastreabilidade e qualidade) – a exigência por IG ainda não é significativa.

Conforme todos os entrevistados dos APLs e IGs, os grandes torrefadores – como Nestlé (Nescafé), JDE Peet's, Lavazza, Starbucks, que fazem compras diretas para suas linhas de cafés especiais e Illy que compra café direto do produtor –, quando estão interessados em cafés de alta qualidade ou em certificações (como *Fair Trade* e *Rainforest Alliance*), potencializam o interesse pelos cafés especiais.

Cooperativas – como Cooperativa Regional de Cafeicultores em Guaxupé LTDA (Cooxupé), a maior cooperativa de café do mundo, localizada no Brasil; Cooperativa Agroindustrial de Varginha (Minasul), importante cooperativa que facilita a compra direta e exportação de café; e a Cooperativa Familiar (COOPFAM),

conhecida por trabalhar com cafés orgânicos e certificados, dentre outras – compram o produto diretamente dos produtores associados e depois o revendem no mercado, tanto internamente quanto para exportação.

Os entrevistados do INPI, MAPA e SAA-SP ressaltam que aquelas empresas e cooperativas ajudam a consolidar volumes e negociam com grandes compradores em nome dos produtores para atender mercados específicos, porém muitos deles não exigem reconhecimento de IG, denotando que o desconhecimento do consumidor é uma barreira para qualquer negócio.

Para produtos com IG não é diferente, ou seja, se os consumidores não estiverem suficientemente cientes do significado da IG, da sua importância sobre a proteção e valorização dos produtos regionais e da garantia de qualidade que ela representa, não terá ampliação da percepção de valor, tampouco da demanda pelos produtos.

Quando os entrevistados do APL Divinolândia e da IG Alta Mogiana se referem ao baixo poder aquisitivo do consumidor, referem-se à capacidade financeira dos consumidores para adquirir bens e serviços, determinado pela renda disponível, nível de preços e outros fatores econômicos, o que faz os consumidores priorizarem produtos de menor custo, mesmo que sejam de qualidade inferior e como produtos derivados de região com IG têm alta qualidade e preços mais elevados têm aí dificultador para o aumento do consumo dos produtos com IG.

Em mercados em que os consumidores têm baixo poder aquisitivo, a demanda por esses produtos pode ser insuficiente para justificar os investimentos necessários para obter e manter a IG e os produtores podem enfrentar dificuldades para obter um retorno adequado sobre esses investimentos, daí o acesso a novos mercados onde os consumidores já tenham sido sensibilizados para consumirem produtos de origem.

Sem o reconhecimento e a ampliação da demanda do consumidor, os produtores podem não ver um incentivo econômico claro para investir no processo de obtenção da IG, que pode ser oneroso e demorado, intensificado pelo receio de não conseguir capitalizar o reconhecimento plenamente e pelas dificuldades para se posicionar no mercado.

Portanto, o desconhecimento do consumidor é uma barreira muito importante para a tomada de decisão dos produtores, apontada por todos os entrevistados: Governo (INPI, MAPA, SAA-SP), IEP (SEBRAE), APL (Caconde, Divinolândia e São Sebastião da Grama) e IG (Garça e Alta Mogiana), na busca do reconhecimento da

IG, indicando que o conhecimento e a exigência dos consumidores por produtos de origem podem impulsionar a tomada de decisão dos produtores.

Educar os consumidores daqueles novos mercados sobre o valor e os benefícios da IG com campanhas de marketing e programas educacionais pode ajudar a aumentar a conscientização e o seu entendimento. A falta de ações governamentais robustas de marketing para promover as IGs existentes contribui para a falta de visibilidade dessas indicações. Aliado ao rigor e à necessidade de amadurecimento do conceito, implicam um processo de reconhecimento lento (INPI).

As várias fases que envolvem o processo de obtenção de uma IG (incluindo a coleta de documentos, a realização de estudos técnicos, o levantamento histórico e cultural da região e a preparação do pedido para submissão ao INPI) podem ser demoradas, exigindo dedicação contínua por parte dos produtores que precisam dividir seu tempo entre as atividades diárias de produção e as exigências adicionais do processo de IG.

A falta de pessoal dedicado ao reconhecimento IG, apontada pelos entrevistados das IGs Alta Mogiana, Pinhal e Garça, pode resultar em atrasos e dificuldades na gestão das tarefas e, mais, o processo de aprovação inclui consultas públicas e análises detalhadas por parte do INPI com período de espera podendo ser prolongado, especialmente se houver necessidade de ajustes ou complementações no pedido.

O tempo investido até a obtenção do reconhecimento é apontado pelas IGs Alta Mogiana e Pinhal como barreira temporal. INPI, SAA-SP e SEBRAE reconhecem a necessidade de um reconhecimento ágil, mesmo sendo ele bastante rigoroso, burocrático e que dá muito trabalho, porém os produtores buscam resultados mais imediatos devido às suas necessidades econômicas e de mercado.

É notório que construir reputação sólida e obter o reconhecimento do mercado consumidor demanda tempo e esforço contínuo, contrapondo a expectativa dos produtores de ganhos econômicos e benefícios tangíveis de maneira imediata. Essa expectativa dos produtores, derivada do seu comportamento decisor (Takemura, 2014), atua como uma barreira à tomada de decisão.

Com estratégias adequadas e apoio institucional, é possível mitigar essa barreira e alcançar o pleno potencial que a IG pode oferecer aos produtos regionais, o que requer esclarecimento e convencimento dos produtores, uma vez que existe o

“medo” dos produtores, do não retorno financeiro, conforme os entrevistados do INPI-H, SEBRAE, APL-Caconde, APL-Divinolândia e IG-Garça.

Entretanto, dada a complexidade do processo de reconhecimento de uma IG, o que requer entendimento detalhado dos procedimentos, requisitos e benefícios, a falta de conhecimento desse processo de solicitação é outra barreira significativa para os produtores, especialmente para aqueles que ainda não sabem como iniciar o processo, agravado pelo fato de eles não verem a IG como investimento (entrevistados do INPI, SDE-SP e IG-Alta Mogiana).

Diante da complexidade, o reconhecimento de IG requer uma visão de longo prazo por parte dos produtores que precisam acreditar nos benefícios de longo prazo da IG, o que é um grande desafio, dado que muitos dependem da safra atual, precisam de retorno financeiro imediato, estão mais preocupados com a viabilidade econômica de curto prazo e, ainda assim investir na IG.

Os custos para obter o reconhecimento vão desde pesquisa, documentação e processos administrativos, equipamentos e tecnologias modernas para garantir a qualidade e a rastreabilidade do produto até instalações adequadas para processamento e armazenamento. Após o reconhecimento, devem seguir divulgando os produtos e a região em eventos nacionais e internacionais para que o desenvolvimento seja sustentável.

Na perspectiva dos custos, conforme os entrevistados do INPI, APL-Divinolândia, APL-São Sebastião da Grama, IG-Alta Mogiana e da IG-Pinhal, a falta de recursos é outra barreira significativa pela falta de capacidade dos APLs e pequenos produtores arcarem com os custos do processo de reconhecimento, sendo apontado pelo INPI como um dos principais obstáculos, especialmente para organizações de menor porte que, frequentemente, não têm acesso a financiamentos ou subsídios necessários.

O reconhecimento da IG traz benefícios para a região e seus produtores, porém, após o reconhecimento, os produtores precisarão continuar investindo em modernização, adotar novas tecnologias, melhorar a qualidade dos produtos e promovê-los, participando de eventos que ampliem sua visibilidade e seguir investindo em desenvolvimento sustentável, tais como a implementação de práticas agrícolas e de produção.

Os investimentos iniciais que envolvem iniciar o processo de reconhecimento IG até as ações após o reconhecimento são altos e até proibitivos, ressalta o

entrevistado da IG Pinhal e com a falta de recurso e sem acesso a crédito. Isso pode comprometer a sustentabilidade da região, da produção e a conservação dos recursos naturais a longo prazo, podendo afetar diretamente o desenvolvimento econômico das comunidades locais, limitando a geração de empregos e a diversificação econômica.

Sem recursos e com a falta de apoio, o resultado pode ser estagnação, migração rural-urbana, desintegração comunitária e perda de tradições culturais num ambiente em que muitos produtores preferem ver resultados concretos antes de se comprometerem com o processo, o que cria um ciclo vicioso, restringindo o trabalho em equipe que pode ser agravado pela falta de experiência em governança e pela ausência de cultura de associativismo, conforme relatado pelo SEBRAE.

Nesse cenário, políticas públicas e iniciativas de apoio financeiro são fundamentais para fortalecer essas regiões e maximizar os benefícios do reconhecimento da IG, implementar as várias ações de marketing e comunicação (SEBRAE) e possibilitar fiscalização do cumprimento do caderno de especificações técnicas, que é feita pelo Substituto Processual (INPI; MAPA).

Políticas públicas e apoio financeiros direcionados para as IGs ganham ainda mais importância ao considerar que muitos produtores, especialmente os de menor porte ou localizados em regiões mais isoladas, por não saberem como iniciar o processo de reconhecimento, sem orientação adequada, porém potenciais candidatos a IG, desistem, antes mesmo de começarem. Nessa situação os entrevistados do INPI e da SDE-SP destacam a falta de esclarecimento e capacitação sobre o processo como uma barreira recorrente.

Diante das barreiras e da ausência de uma cultura de valorização da propriedade intelectual, o que dificulta o entendimento do valor estratégico de uma IG para a manutenção do desenvolvimento local, surge o ceticismo do produtor sobre os benefícios reais da IG, comparados com os custos de produção, levando-o a uma decisão desfavorável.

Para superar essas barreiras, é necessário um esforço coordenado de capacitação, incentivos financeiros e campanhas de conscientização, tanto para os produtores quanto para os consumidores, além de um suporte contínuo após o reconhecimento das IGs.

Destacamos que uma das principais consequências do reconhecimento da IG é a manutenção dos rigorosos padrões de qualidade definidos no CET que os produtores devem seguir, abrangendo todos os aspectos da produção, desde as

práticas agrícolas até o processamento e a comercialização com a padronização, ajudando garantir que todos os produtos apresentem características consistentes e de alta qualidade.

A garantia da alta qualidade requer a implementação de sistemas de controle de qualidade robustos para garantir o cumprimento dos padrões estabelecidos e a tecnologia desempenha um papel fundamental na automação e na eficiência desses sistemas de controle, contribuindo para a consistência e a confiabilidade da qualidade do produto (Janin; Medini; Techer, 2014; Marie-Vivien, 2013).

Conforme os entrevistados da SDE-SP, APL-Divinolândia e IGs Garça, Pinhal e Alta Mogiana, a qualidade evolui com o uso da tecnologia, com impacto positivo desde a formação do APL e a adoção de novas tecnologias, por parte dos produtores e de outros atores envolvidos na cadeia produtiva, o que já é percebido na fase de elaboração do CET e é essencial para a modernização e competitividade do setor, contribuindo para a melhoria da qualidade dos produtos, eficiência dos processos e sustentabilidade ambiental (MAPA).

A utilização de tecnologias envolve a conservação e a valorização de variedades tradicionais de café que são adaptadas às condições locais e possuem características únicas de qualidade. Para a conservação genética, o cultivo de variedades tradicionais garante a manutenção da diversidade genética e a produção de produtos de alta qualidade, que são distintivos da região, atribuindo características de qualidade para a produção daquele produto (MAPA, 2024).

A adoção de novas tecnologias está presente no APL Caconde, que teve um incremento significativo no número de assinaturas de internet rural, contando hoje com 1350 assinaturas e a IG-Alta Mogiana tem significativos investimentos em biorreatores, seletoras eletrônicas de cerejas, vias úmidas para separação de grãos e, na introdução no mercado consumidor, dos torradores, cafeteiras portáteis, fermentações especiais e preparos controlados e fáceis de operar.

O APL Divinolândia e a IG Alta Mogiana participam do desenvolvimento do sistema de gestão da rastreabilidade do café, conduzido pelo SEBRAE, para garantir o controle da qualidade e identificar a localização dos cafés com pontuação SCAA acima de 80 pontos que está em fase experimental.

Enfim, a IG envolve a mobilização de atores locais e regionais, a promoção de uma identidade coletiva e o fortalecimento das relações sociais e econômicas,

transformando não apenas a dinâmica econômica e social dentro da comunidade produtora, mas também tem um impacto significativo no entorno da região.

A participação ativa de diversos atores no processo de organização dos produtores contribui para a criação de uma rede colaborativa que pode gerar sinergias positivas para o desenvolvimento regional. Conforme os entrevistados do IFSP e da IG-Pinhal, esse envolvimento englobou os governos, a fazenda, os empregados e os diferentes grupos dentro das comunidades dos municípios, resultando dessa cooperação a criação de novas rotas turísticas regionais, organização dos eventos culturais e gastronômicos que valorizaram os produtos locais e os das regiões vizinhas.

5.5 Contribuições práticas

Ao considerar os componentes de uma boa decisão, deve-se levar em conta o contexto comportamental (Hayhoe, 2017), uma vez que o estudo psicológico da tomada de decisão tende a concentrar-se em indivíduos que tomam decisões isoladamente (Larrick, 2016) e em diferentes domínios, aparecem regularidades importantes nos mecanismos através dos quais as emoções influenciam os julgamentos e as escolhas (Lerner *et al.*, 2015).

Assim, numa perspectiva pluralista, o tomador de decisão avalia as opções disponíveis e identifica a utilidade de cada proposta (Lerner *et al.*, 2015), o que é necessário para uma boa tomada de decisão (Takemura, 2014) e envolve a sensibilização e conhecimento sobre os benefícios. No caso da IG, a legislação proporciona proteção aos produtores e lhes concede um direito que não expira.

A adoção de IG pelo Brasil é recente, mas já possibilita a percepção de desenvolvimento local e regional (Leme; Aguiar; Rezende, 2019; Belletti *et al.*, 2015; Dallabrida, 2015, 2016) e os requisitos do registro da IG incluem divulgação de informações sobre a proteção legal, o aumento do valor agregado dos produtos e as vantagens de mercado para promover o engajamento comunitário, incentivando a participação ativa dos produtores e das comunidades locais para assegurar que o processo legal de IG reflita os interesses e as necessidades da comunidade, aumentando a legitimidade e a sustentabilidade do registro.

Consequentemente, como a IG é como uma forma de proteger legalmente a região e seus produtos contra usos inadequados (LPI-9.279, 1996), os novos hábitos de consumo de café pelo consumidor brasileiro, o desenvolvimento rural e aumento

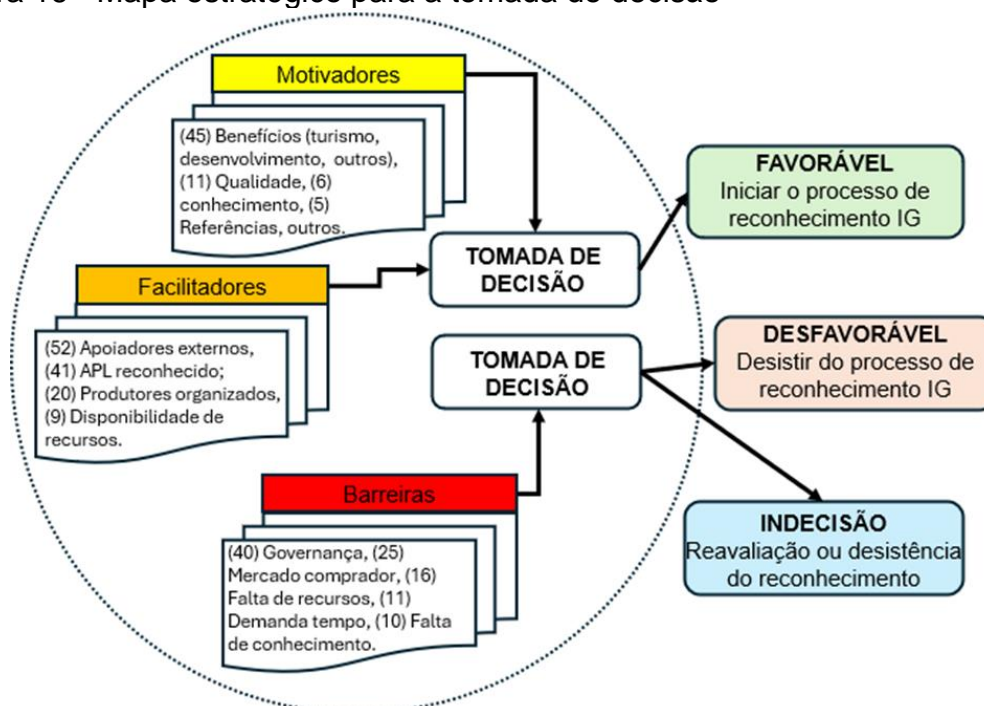
da competitividade podem motivar o uso deste instrumento legal como estratégia de longo prazo por trazer melhorias significativas como: redução de custos, otimização de processos, troca de conhecimento e inovação.

Além dos retornos incertos e demorados a primeira condição para um APL pleitear reconhecimento IG, é que ele atenda aos requisitos técnicos e legais, comprovando a notoriedade no caso da IG tipo IP ou notoriedade e as características, do produto ou serviço, derivadas dos fatores naturais ou humanos exclusivos da origem geográfica específica.

Portanto, a tomada de decisão dos produtores num APL que avalia pleitear o reconhecimento IG, apresenta duas possibilidades: 1) Decisão favorável ao reconhecimento; 2) Decisão desfavorável ao reconhecimento. A tomada de decisão é coletiva e envolve reuniões para discutir as opções (Alexander; Walker; Naim, 2014; Takemura, 2014, p. 127) que podem conter vieses cognitivos e informações imperfeitas (Larrick, 2016).

As informações imperfeitas e os vieses podem gerar dúvidas e, por consequência, indecisões, levando a novas reuniões e esclarecimentos até a decisão final, favorável ou desfavorável. A Figura 16 apresenta os motivadores, facilitadores e as barreiras deste processo decisório.

Figura 16 - Mapa estratégico para a tomada de decisão



Fonte: Elaborada pelo autor (2024)

A opção “indecisão” presente na Figura 16 é apenas para ressaltar que existe a possibilidade de serem realizados diversos esclarecimentos até que uma decisão coletiva seja tomada, favorável ou desfavorável à opção que está sendo analisada. A indecisão é derivada das barreiras existentes no processo decisório e pode se transformar em decisão desfavorável, caso as barreiras não sejam superadas.

Os elementos "Motivadores", "Facilitadores" e "Barreiras" deste processo decisório foram identificados nas teorias da decisão, literatura da IG na cafeicultura e na pesquisa de campo. Foram selecionados e classificados selecionados conforme as suas magnitudes, sendo essenciais por influenciarem a decisão final dos produtores.

5.5.1 Decisão favorável

A incerteza (Pisano; Sozzo, 2020), quer seja de curto ou longo prazo (Elazab *et al.*, 2024), permeia o APL, requerendo organização para a tomada de decisão (Foxall, 2014). A incerteza – associada ao risco – influencia o comportamento do decisor nesse ambiente decisão coletiva, o que caracteriza as decisões dos gestores como decisão racional.

A decisão racional é confirmada a partir da constatação de que ela é tomada após a confirmação dos benefícios (magnitude 45), desenvolvimento (magnitude 11) e referências (magnitude 5). Casos de sucesso de outras regiões que obtiveram IG, como motivadores e a existência de apoiadores externos (magnitude 52), APL reconhecidos (magnitude 41) ou produtores organizados (magnitude 20), disponibilidade de recursos (magnitude 9) como facilitadores conduzem à tomada de decisão favorável, iniciando o processo de reconhecimento.

Os entrevistados do INPI, MAPA, SDE-SP, SAA-SP e da IG Garça, com base nas suas experiências com a IG, recomendam a participação ativa de todos os produtores, desde os pequenos até os grandes, promovendo sentimento de coesão e objetivo comum e mantendo o espírito colaborativo, mesmo após o INPI ter concedido o reconhecimento IG.

5.5.2 Decisão desfavorável

Boas decisões são motivadas pela decisão racional (Gold; Stocker, 2017; Hayhoe, 2017; Larrick, 2016), seja ela favorável ou desfavorável. No caso dos APLs

cujo processo de decisão é coletivo, diversos influenciam o grupo de produtores, imprimindo complexidade no processo e confirmando a decisão racional.

As barreiras, entendidas como desafios e obstáculos que dificultam o processo de decisão, são analisadas na perspectiva do impacto de cada uma delas na região, compreendendo o nível atual da governança (magnitude 40), mercado comprador (magnitude 25), falta de recursos (magnitude 16), demanda tempo (magnitude 11) e a falta de conhecimento (magnitude 10). As incertezas, conflitos internos e o nível de recursos necessários e disponíveis levam a uma decisão desfavorável, porém racional.

A decisão desfavorável encerra as avaliações e a possibilidade de iniciar o processo de reconhecimento IG naquele momento, porém as avaliações e expectativas sobre a IG podem ser retomadas em outro momento.

5.6 Contribuições teóricas

Os APLs colaboram para melhorar a competitividade e a sustentabilidade da produção, promovendo o desenvolvimento econômico regional, por serem uma forma de organização econômica e de cooperação entre empresas, enquanto a IG é uma forma de proteger e valorizar produtos e serviços típicos de uma região específica.

A tomada de decisão no APL, identificada neste estudo como racional, possibilitou entender a racionalidade limitada (Simon, 1957; Kahneman, 1974) no contexto dos APLs em que a decisão é coletiva, influenciada pela heurística e limitações cognitivas dos produtores como decisores individuais.

A identificação dos motivadores, facilitadores e barreiras para que os APLs tomem uma decisão racional, favorável ou desfavorável, contrapõe a racionalidade limitada quando sugere que os tomadores de decisão não possuem toda a informação ou capacidade cognitiva para realizar escolhas perfeitamente racionais.

Entretanto, essa contraposição não é uma crítica e sim a constatação de que o APL toma decisão racional e os decisores podem se valer de atalhos mentais, como referências (IGS de sucesso), porém necessitam de motivadores e facilitadores para tomarem decisões que julguem satisfatórias.

No âmbito da tomada de decisão coletiva, como nos APLS, a racionalidade limitada (Simon, 1957), quando analisada, possibilitou que os tomadores de decisão se apoiassem em estruturas organizacionais e redes de apoio, o que facilitou a tomada

de decisão, dando aos elementos facilitadores a condição de redutores da complexidade do processo decisório, contribuindo para a eficácia na busca pelo reconhecimento de IG.

A adição de motivadores e facilitadores à racionalidade limitada ampliou a capacidade de processamento das informações recebidas pelos produtores, ajudando-os a lidar com as incertezas ao diminuir o impacto das limitações cognitivas e heurísticas (Kahneman; Tversky, 1974), proporcionando segurança psicológica e incentivo à tomada de decisões mais arrojadas.

Esses aspectos se alinham com a teoria da decisão, ao criar entornos facilitadores que permitem que os agentes operem de maneira mais eficiente, compensando sua capacidade limitada de coletar e processar dados complexos. As contribuições do tipo reconhecimento das redes de apoio e estrutura organizacional podem ser moderadores da racionalidade limitada.

Dessa forma, a racionalidade limitada, que incorpora elementos da racionalidade econômica, ao considerar os motivadores, facilitadores e as barreiras identificadas nos APLs e IGs que estão em ambientes complexos, contribui para que os gestores tomem decisões mais eficazes e eficientes.

Nesse contexto, a aplicação da teoria da decisão permite uma análise mais aprofundada dos fatores que influenciam a obtenção de IGs, proporcionando uma base sólida para a formulação de estratégias que podem maximizar os benefícios e minimizar os obstáculos enfrentados pelos APLs, ao demonstrar como a racionalidade limitada pode ser aplicada de maneira eficaz em mais esse contexto real.

6 CONCLUSÕES

Com o objetivo de compreender o processo de tomada de decisão em APLs, partindo da premissa de que existem motivadores, facilitadores e barreiras que influenciam essa tomada de decisão, buscou-se entender como esses fatores incentivam a busca pelo reconhecimento de Indicação Geográfica, guiados pela teoria da decisão

A revisão da literatura evidenciou que a teoria da decisão está tradicionalmente focada na tomada de decisão individual, o que fundamenta as contribuições teóricas desenvolvidas ao longo dos anos. Nos APLs, a tomada de decisão é coletiva, envolvendo múltiplos atores com interesses diversos e complementares.

A análise dos motivadores, facilitadores e barreiras desse processo decisório coletivo possibilitou o desenvolvimento de contribuições práticas, específicas para o contexto de APLs, apontando que toda IG é um APL, porém, nem todo APL é uma IG, distinção fundamental que ressalta a importância de estruturas organizacionais e critérios específicos para a obtenção do reconhecimento formal de IG.

Embora os dados coletados sobre os motivadores, facilitadores e barreiras para tomada de decisão tenham sido em ambiente de decisão coletiva, é possível concluir que a teoria da decisão, aplicada ao contexto dos APLs e IGs, ofereceu uma rica compreensão dos fatores que influenciam a tomada de decisão.

A instituição da IG no Brasil é muito jovem, o primeiro registro se deu em 2002 (na região do Vale dos Vinhedos, RS), o que transforma a racionalidade limitada dos produtores, a aversão ao risco e a dependência de facilitadores institucionais em fatores centrais que impactam a decisão dos produtores por pleitear o reconhecimento de IG.

Os APLs, antes das IGs, já contam com fomentos concedidos pelos governos, ganham experiências atuando de forma coletiva e cooperativa e tomam decisão racional baseados nos benefícios criteriosamente analisados. Os custos do processo de reconhecimento IG são altos e, como as suas decisões são racionais, muitos deles ainda não se decidiram pelo reconhecimento.

Mas, apesar da complexidade que envolve o registro das IGs no INPI, observam-se evoluções no processo de reconhecimento, desenvolvimento das comunidades envolvidas e dos produtores e dos muitos estudos sobre IGs nas várias

regiões do Brasil. Uma das evoluções é o peticionamento eletrônico, inovação tecnológica implantada pelo INPI.

O peticionamento permite a submissão de pedidos e documentos necessários para o registro de IGs diretamente pela internet, substituindo o método tradicional de envio físico, reduzindo a necessidade de deslocamentos, a possibilidade de extravios e acelera a tramitação dos pedidos.

Outros órgãos do governo com ações evolutivas para as IGs são SAA-SP, atuando com 40 regionais, e SEBRAE, contratando o IFSP para dar mais celeridade na identificação de regiões com potencial para IG e ter capilaridade, ou seja, aumentar a capacidade de disseminar informações, produtos e práticas relacionadas à IG.

Com uma rede capilar bem estruturada, capacidade de identificar regiões e APLs com potencial para ser IG, amplia-se e facilita o compartilhamento de práticas agrícolas, técnicas de produção e inovações de forma mais eficiente entre os produtores.

Os APLs que obtêm o reconhecimento IG têm suas governanças impactadas positivamente pelos benefícios da IG que fortalecem a organização coletiva, promovem a inclusão comunitária e incentivam o desenvolvimento de políticas públicas. São impactadas negativamente se não houver profissionalização adequada para aprimorar a comunicação com produtores, comunidade e mercado após o reconhecimento.

O impacto na governança pode variar conforme a região, ainda porque existem os desafios dos conflitos internos, da desigualdade de poder e da burocratização, o que vai requerer que os processos de governança sejam inclusivos, transparentes e adaptáveis às necessidades dos produtores envolvidos, dissolvendo o ceticismo remanescente.

As IGs, especificamente as da cafeicultura, são influenciadas por políticas públicas voltadas para o setor agrícola, o que deve estimular os governos locais e regionais a aprimorarem, formularem e implementarem políticas que apoiem a produção e a promoção dos produtos com IG, incluindo financiamento, assistência técnica e infraestrutura.

Após o reconhecimento, a IG bem-sucedida enfrenta o desafio da distribuição dos produtos por questões de logística, coordenação, regulamentação e sustentabilidade e superá-los é essencial para garantir que os produtos alcancem seu potencial de mercado com aumento da produção para atender a demanda.

Regiões produtoras muitas vezes estão em áreas rurais com infraestrutura limitada, o que pode atrasar a entrega e aumentar os custos à medida que a demanda aumenta e os produtores precisam escalar a produção sem comprometer a qualidade, o que exige investimentos em tecnologia, treinamento e infraestrutura, o que nem sempre está ao alcance dos pequenos produtores.

Encontrar parceiros que entendam e valorizem a IG e estejam dispostos a promover o produto adequadamente pode suprir as dificuldades de coordenar a distribuição em larga escala e a falta de uma estrutura organizacional. Consequentemente, estabelecer parcerias eficazes com distribuidores e varejistas é tão importante quanto desafiador.

Por outro lado, o aumento da demanda por produtos e serviços pode resultar em uma produção insuficiente, o que representa um desafio significativo para os produtores do APL com reconhecimento IG. Esse cenário pode comprometer a sustentabilidade econômica, a reputação e o desenvolvimento local, levando à perda de receitas potenciais e de oportunidades de expansão.

Quando a oferta não consegue atender à demanda – especialmente no caso de produtos commodities – os preços tendem a aumentar. Embora isso seja positivo a curto prazo, tem efeitos negativos a longo prazo, pois o aumento de preços pode incentivar os consumidores a buscar alternativas, além de desencorajar investidores a financiar melhorias na produção devido à percepção ampliada de risco e à incerteza em relação à capacidade de atendimento da demanda.

Produção insuficiente pode tornar os produtos menos competitivos por impedir a obtenção de economias de escala, onde os custos de produção são ampliados à medida que a quantidade produzida se mantém ou diminui, impactando a reputação da região com perda de confiança dos consumidores, o que compromete a sustentabilidade da IG, podendo levar ao êxodo rural e à diminuição do desenvolvimento socioeconômico.

Além dos efeitos da demanda, a variabilidade e as mudanças climáticas – secas ou chuvas excessivas – representam desafios contínuos para a produção agrícola, gerando impacto negativo, minimizado com a adoção de tecnologias agrícolas avançadas, facilitando que os produtores superem as limitações naturais e econômicas e a colaboração entre produtores, governos e instituições de pesquisa, compartilhando recursos e o apoio necessários.

Por fim, é possível concluir que conhecer os motivadores, facilitadores e barreiras do processo favorece o processo de tomada de decisão APLs dando à decisão um caráter racional, seja ela favorável ou desfavorável.

A visão dos diversos atores dos APLs e IGs, órgãos do governo (INPI, MAPA, SEBRAE, SAA-SP e SDE-SP), IFSP, especialistas do setor, e as entidades gestoras dos APLs e substitutos processuais das IGs tornaram-se significativos, contribuindo para a teoria da decisão ao apontar os elementos adicionais, quando da sua aplicação em APLs.

Metodologicamente, por ser uma pesquisa focada na análise detalhada de seis APLs de cafeicultura do Estado de São Paulo, os resultados não podem ser generalizados para outras regiões do Brasil, pois essa concentração geográfica limita a representatividade, considerando as diferentes realidades econômicas, sociais e culturais presentes em outras regiões do país.

A amostra foi significativa para este setor cafeeiro, porém pode não ser representativa para capturar todas as variações possíveis dentro do universo de outros APLs que pleiteiam IG no Brasil, além do que esta pesquisa qualitativa com coleta de dados por análise documental e entrevistas pode ter introduzido alguma subjetividade dos respondentes e do pesquisador na interpretação dos dados, limitando a objetividade dos resultados.

Vieses dos entrevistados – como supervalorização dos benefícios ou minimização das barreiras do processo – e a ausência de dados quantitativos que pudessem medir com precisão o impacto econômico e social do reconhecimento de IG limita a capacidade de avaliar os resultados concretos das IGs em termos de aumento da renda dos produtores, melhoria de competitividade e outros indicadores econômicos relevantes.

Por outro lado, a teoria da decisão e a literatura sobre IGs usada como base teórica pode não incluir todas as dimensões relevantes para os APLs em contextos diferentes, restringindo perspectivas mais amplas, como aspectos de políticas públicas, governança local ou dinâmicas de mercado global que impactam as decisões relacionadas à IG.

Apesar de a pesquisa identificar motivadores, facilitadores e barreiras para o reconhecimento de IG, a implementação prática das soluções recomendadas pode ter que lidar com a falta de financiamento contínuo, mudanças na liderança dos APLs ou resistência à mudança entre os produtores, ainda porque foi realizada em um

momento específico e seus achados podem perder validade à medida que novos regulamentos, políticas ou iniciativas sejam implementados, tanto no âmbito estadual quanto federal.

A generalização desses resultados para outros setores agrícolas ou regiões do Brasil devem levar em conta a dinâmica dos APLs e a cultura organizacional que podem variar significativamente em outras regiões, portanto, para fortalecer a aplicabilidade dos resultados e superar essas limitações, sugerimos que estudos futuros ampliem a amostra, incluam métodos quantitativos e explorem os contextos geográficos e setoriais distintos.

As limitações citadas e os efeitos econômico, social, político e tecnológico derivados do reconhecimento da IG são as sugestões para pesquisas futuras por estarem sendo publicados novos estudos sobre as IGs reconhecidas e sobre a evolução da cafeicultura no Brasil e no mundo.

A partir da análise daqueles dados obtidos de regiões com reconhecimento da IG, recomenda-se executar o estudo dos efeitos econômico, social, político e tecnológico derivados do reconhecimento da IG – definindo indicadores do tipo: quantidade de selos emitidos, volume produzido, crises econômicas, flutuações de preços derivados da demanda, outros –, fazer um levantamento histórico dos dados por cidade que compõe região com IG, compará-los com os períodos antes e depois do reconhecimento para, então, identificar os efeitos econômico, social, político e tecnológico derivados, exclusivamente, do reconhecimento da IG.

A governança desses APLs tem suas diretorias atuando de forma voluntária, surgindo aí uma outra oportunidade de pesquisa para avaliar o impacto da governança sobre os efeitos da IG, podendo ela ser relacional ou contratual, vide o estudo de Silveira *et al.* (2023), complementado pelo estudo da evolução do associativismo que desempenha papel fundamental ao facilitar a coordenação, a mobilização e a sustentação das iniciativas.

REFERÊNCIAS

ARANA, Victoria A.; MEDINA, Jessica; ESSEIVA, Pierre; PAZOS, Diego; WIST, Julien. Classification of Coffee Beans by GC-C-IRMS, GC-MS, and 1 H-NMR.

Journal of Analytical Methods in Chemistry, [s. l.], v. 2016, p. 1–11, 2016.

Disponível em: <https://doi.org/10.1155/2016/8564584>

ARIA, Massimo; CUCCURULLO, Corrado. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of Informetrics**, v.11, n.4, p. 959-975, 2017.

ABRUCIO, Fernando L.; SANO, Hironobu; SYDOW, Cristina T. Radiografia do Associativismo Territorial Brasileiro: Tendências, Desafios e Impactos sobre as regiões Metropolitanas. In KLINK, Jeroen (org). **Governança das Metrôpoles: conceitos, experiências e perspectivas**. São Paulo: Annablume, 2010.

ALEXANDER, Anthony; KUMAR, Maneesh; WALKER, Helen. A decision theory perspective on complexity in performance measurement and management.

International Journal of Operations & Production Management, v.38, n.1), p.

2214–2244, 2018. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-10-2016-0632>

ALEXANDER, Anthony; WALKER, Helen; NAIM, Mohamed. Decision theory in sustainable supply chain management: a literature review. *Supply Chain Management: An International Journal*, v. 19, n. 5, p.504–522, 2014.

<https://doi.org/10.1108/SCM-01-2014-0007>

ALMEIDA, Sabrina C.; DÖRR, Andrea C.; GUSE, Jaqueline C.; ROSSATO, Marivane V.; SIDALI, Katia L.; MARCHESE, Aldo. Enfoque à legislação brasileira e europeia sobre a indicação geográfica. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, v. 18, p. 47–56, 2014.

<https://doi.org/10.5902/2236117013045>.

ARTÊNCIO, Mateus M; GIRALDI, Janaina de M. E.; GALINA, Simone V. R. Uma análise crítica do papel e importância socioeconômica das Indicações Geográficas em países em desenvolvimento. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**, São Paulo, v.14, n.3, p. 218-234, set/dez., 2019.

ARTÊNCIO, Mateus M; GIRALDI, Janaina de M. E.; De OLIVEIRA, Jorge H. C. A cup of black coffee with GI, please! Evidence of geographical indication influence on a coffee tasting experiment. **Physiology & Behavior**, v. 245, 2022. DOI:

<https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2021.113671>.

ABIC - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO CAFÉ. **Origem do Café**, 2021. Disponível em: <https://www.abic.com.br/tudo-de-cafe/origem-do-cafe/>. Acesso em: 29 fev. 2024.

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 15536: Indicação Geográfica - Orientações para estruturação de Indicação Geográfica para produto**. Rio de Janeiro: ABNT, 2016.

BNDES - BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Análise do mapeamento e das políticas para APLs no Brasil**. [S.L.]: BNDES, [s.d.]. Disponível em: https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/conhecimento/pesquisaedados/estudos/bndes-fep/pesquisa_cientifica/analise-do-mapeamento-e-das-politicas-para-apls-n. Acesso em: 06 mar. 2023.

BAQUETA, Michel R.; ALVES, Enrique A.; VALDERRAMA, Patrícia; PALLONE, Juliana A. L. Brazilian Canephora coffee evaluation using NIR spectroscopy and discriminant chemometric techniques. **Journal of Food Composition and Analysis**, [s. l.], v. 116, p. 105065, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jfca.2022.105065>

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

BARJOLLE, Dominique; QUIÑONES-RUIZ, Xiomara F.; BAGAL, Monique; COMOÉ, Hermann. The Role of the State for Geographical Indications of Coffee: Case Studies from Colombia and Kenya. **World Development**, [s. l.], v. 98, p. 105–119, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.12.006>.

BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (orgs). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2011, p. 189-217.

BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea; SANZ-CAÑADA, Javier; VAKOUFARIS, Hristos. Linking protection of geographical indications to the environment: Evidence from the European Union olive-oil sector. **Land Use Policy**, n. 48, p. 94–106, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2015.05.003>.

BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea; TOUZARD, Jean-Marc. Geographical Indications, Public Goods, and Sustainable Development: The Roles of Actors' Strategies and Public Policies. **World Development**, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>. Acesso em: 26 mar. 2023.

BIDWELL, Simon; MURRAY, Warwick E; OVERTON, John. Ethical agro-food networks in global peripheries, Part I: The rise and recommodification of fair trade and organics. **Geography Compass**, [s. l.], v. 12, n. 4, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/gec3.12366>

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996: Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Brasília: Casa Civil, 1996.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Lei n. 10.973, de 2 de dezembro de 2004: Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências.** Brasília: Câmara dos Deputados, 2004.

BRASIL. Ministério da agricultura, pecuária e abastecimento. **Manual técnico: procedimentos para delimitação de área de indicações geográficas e emissão de instrumento oficial.** 2. ed. Brasília: MAPA/AECS, 2021a.

BRASIL. Ministério do desenvolvimento, indústria, comércio e serviço. **APL.** Brasília: MDIC, 2021b. Disponível em: <https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/competitividade-industrial/arranjos-produtivos-locais-apl>. Acesso em: 06 jun. 2023.

BRASIL. Ministério da agricultura, pecuária e abastecimento. **Cafés brasileiros com Indicação Geográfica.** Brasília: MAPA, 2022a. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/catalogo-cafes-brasileiros-com-indicacao-geografica>. Acesso em: 01 mar. 2024.

BRASIL. Ministério da agricultura, pecuária e abastecimento. **Café no Brasil e ementário do café.** Brasília: MAPA, 2022b. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/politica-agricola/cafe/cafeicultura-brasileira>. Acesso em: 07 jun. 2023.

BRASIL. Ministério da agricultura, pecuária e abastecimento. **Lista de Indicações Geográficas.** Brasília: MAPA, 2022c. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica>. Acesso em: 14 abr. 2023.

BRASIL. Ministério da agricultura, pecuária e abastecimento. **Atuação do MAPA no fomento às IGs e Marcas Coletivas.** Brasília: MAPA, 2023a. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/atuacao-mapa-fomento-ig-mc>. Acesso em: 24 fev. 2024.

BRASIL. Ministério do desenvolvimento, indústria, comércio e serviço. **Fóruns Estaduais de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas.** Brasília: MDIC, 2023b. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/foruns-estaduais-ig-marcas-coletivas#:~:text=Os%20F%3%B3runs%20Estaduais%20de%20Indica%C3%A7,de%20produtores%2C%20e%20demais%20interessados>.

BSCA - BRAZIL SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION. **Regiões.** [s.d.]. Disponível em: <https://brazilcoffeenation.com.br/region/list>. Acesso em: 01 mar. 2024.

BRODIE, Christopher; KRACHT, Oliver; HILKERT, Andreas. Tracing the Geographical Origin of Roasted and Green Coffee Using Isotope Fingerprints.

Journal of AOAC international, [s. l.], v. 102, n. 2, p. 653–654, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5740/jaoacint.18-0314>.

BRUCH, Kelly L.; KRETSCHMANN, Angela. A compreensão da Indicação Geográfica como um signo distintivo de origem. *In: Propriedade Intelectual – CONPEDI*. 1. ed., v. 32. Florianópolis: FUNJAB, 2013. p. 8.

BRUCH, Kelly L.; VIEIRA, Adriana C. P. Propriedade Industrial: proteção nas áreas do agronegócio. *In* livro: Beghetto, Fátima (ed.). **Direito Empresarial**. Curitiba: Multideia Editora, 2016.

BRUCH, Kelly L.; SARTORI, Rejane; PERDOMO, Weliton M. Indicações geográficas com foco em aplicações. *In: PROFNIT, Conceitos e aplicações de propriedade intelectual*, v. 2, Salvador (BA): IFBA, 2019.

BURBANO-FIGUEROA, Óscar; ARIAS-ROBLES, Milena, SIERRA-MONROY, Janeth A.; DAVID-HINESTROZA, Adriana. La búsqueda activa de soluciones para los problemas de los sistemas agrícolas: una visión desde análisis de decisiones. **Suma de Negocios**, v. 13, n. 28, p. 68–81, 2022. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2022.V13.N28.A8>

CALHEIROS-LOBO, Nuno; FERREIRA, Jose V.; AU-YONG-OLIVEIRA, Manuel. SME Internationalization and Export Performance: A Systematic Review with Bibliometric Analysis. **Sustainability**, v. 15, n.11, 2023. <https://doi.org/10.3390/su15118473>

CARDOSO, Univaldo C; CARNEIRO, Vânia L. N.; RODRIGUES, Édna R. Q. **APL: Arranjo Produtivo Local**. Brasília: SEBRAE, 2014. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8126fa768f69929a146f38122da570b/\\$File/5197.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8126fa768f69929a146f38122da570b/$File/5197.pdf). Acesso em: 24 fev. 2024.

CASSIOLATO, José E.; LASTRES, Helena M. M. O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. *In: LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E.; MACIEL, M. L. (orgs.). Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará Editora, 2003.

CASTRO, Luiz H. **Arranjo produtivo local**. Brasília: SEBRAE, 2009. 44 p. (Série Empreendimentos Coletivos). Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/673F16CA67FC34B98325772A0046513A/\\$File/NT00044156.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/673F16CA67FC34B98325772A0046513A/$File/NT00044156.pdf). Acesso em: 10 abr. 2023.

CHABROL, Didier; MARIANI, Mariagiulia; SAUTIER, Denis. Establishing Geographical Indications without State Involvement? Learning from Case Studies in Central and West Africa. **World Development**, [s. l.], v. 98, p. 68–81, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.11.023>

CHAI, Junyi; WENG, Zhiquan; LIU, Wenbin. Behavioral Decision Making in Normative and Descriptive Views: A Critical Review of Literature. **Journal of Risk and Financial Management**, n.14, v.10, p.490, 2021.

<https://doi.org/10.3390/jrfm14100490>

CONAB - COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **Safra Brasileira de Café**. Brasília: CONAB, 2023. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/cafe>. Acesso em: 15/10/2023.

CONFORTO, Edivandro C.; AMARAL, Daniel C.; DA SILVA, Sérgio L. **Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos**. Trabalho apresentado, 8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto. Porto Alegre, Brasil, 12 a 14 de Set, 2011.

COSTA NETO, Ernani Carvalho da. **Transferência de conhecimento e tecnologia: a perspectiva empresarial no contexto de sua interação com a Universidade**. 2017. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. 5.ed. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. Porto Alegre: Grupo A, 2021. ISBN 786581334192.

D'ALEXANDRIA, Marcel. As indicações geográficas do mundo para o Brasil: A construção do conceito brasileiro. **Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território. Revista de Geografia e Ordenamento do Território (GOT)**, Porto/Portugal, n. 20, p. 03-26, 2020.
<http://dx.doi.org/10.17127/got/2020.20.001>

DALLABRIDA, Valdir R. Governança territorial: Do debate teórico à avaliação da sua prática. **Análise Social**, Lisboa, v. 50, n. 2015, p. 304-328, 2015.

DALLABRIDA, Valdir R. Ativos territoriais, estratégias de desenvolvimento e governança territorial: Uma análise comparada de experiências brasileiras e portuguesas. **Eure**, v. 42, n. 126, 2016.

DE PAULA, Cassiele C. N.; SILVA, Flávio C. Café (Coffea L): matéria-prima, processamento e qualidade. **Brazilian Journal of Food Research**, v. 10, n. 4, p. 144–165, 2019. ISSN: 2448-3184. <https://periodicos.utfpr.edu.br/rebrapa>. Acesso em: 01 mar. 2024.

DOS SANTOS, Larissa B.; TARABAL, Juliano; SENA, Marcelo M.; ALMEIDA, Mariana Ramos. UV-Vis spectroscopy and one-class modeling for the authentication of the geographical origin of green coffee beans from Cerrado Mineiro, Brazil. **Journal of Food Composition and Analysis**, [s. l.], v. 123, p. 105555, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jfca.2023.105555>

DURÁN, Carlos A. A.; TSUKUI, Anna; DOS SANTOS, Filipe K. F.; MARTINEZ,

Sabrina T.; BIZZO, Humberto R.; DE REZENDE, Claudia M. Coffee: General Aspects and its Use beyond Drink. **Revista Virtual de Química**, n. 9, v. 1, p. 107–134, 2017. DOI: <https://doi.org/10.21577/1984-6835.20170010>.

EMBRAPA - EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Seis maiores estados produtores dos Cafés do Brasil atingiram 98% do volume da safra de 2017**. Brasília: EMBRAPA, 2018. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/31081641/seis-maiores-estados-produtores-dos-cafes-do-brasil-atingiram-98-do-volume-da-safra-de-2017>. Acesso em: 15 out. 2023.

EMBRAPA - EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Breve história das Indicações Geográficas**. Brasília: EMBRAPA, 2020. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/52714777/breve-historia-das-indicacoes-geograficas>. Acesso em: 10 jun. 2023.

ELAZAB, Rasha; DAHAB, Ahmed A; ADMA, Maged A; HASSAN, Hany A. Reviewing the frontier: modeling and energy management strategies for sustainable 100% renewable microgrids. **Discover Applied Sciences**, v. 4, n. 6, p.168, 2024. <https://doi.org/10.1007/s42452-024-05820-6>

FOXALL, Gordon R. Cognitive requirements of competing neuro-behavioral decision systems: some implications of temporal horizon for managerial behavior in organizations. **Frontiers in Human Neuroscience**, v. 1, n. 8, 2014. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2014.00184>

FRANCO, Maria Laura P. B. **Análise de Conteúdo**. 2.ed. Brasília: Liber Livro, 2005. ISBN 85-9884-332-6.

FRANCO, Cíntia B. A.; BRUCH, Kelly. L.; MATEI, Ana. P. A Comunicação nas Indicações Geográficas do Rio Grande do Sul. **Cadernos de Prospecção**, v. 16, n. 4, p. 1358–1374, 2023. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.9771/cp.v16i4.50572>. Acesso em: 15 mai. 2024.

FREDERICO, Samuel. Território e cafeicultura no Brasil: uma proposta de periodização. **GEOUSP: Espaço e Tempo (Online)**, v. 21, n. 1, p. 73, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2017.98588>

FRIEDMAN, Milton; Hausman, Daniel M. The Methodology of Positive Economics. In: The Philosophy of Economics: An Anthology. **Cambridge University Press**, p. 145-178, 2007. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/search?q=The+Methodology+of+Positive+Economic+s>.

GALTIÉR, Franck; BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea. Factors Constraining Building Effective and Fair Geographical Indications for Coffee: Insights

from a Dominican Case Study. **Development Policy Review**, [s. l.], v. 31, n. 5, p. 597–615, 2013.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. São Paulo: Artmed, 2009. ISBN 978-0-7619-4980-0

GOLD, Joshua I; STOCKER, Alan A. Visual Decision-Making in an Uncertain and Dynamic World. **Annual Review of Vision Science**, v. 1, n. 3, p.227–250, 2017. <https://doi.org/10.1146/annurev-vision-111815-114511>

GRABS, Janina. Signaling Southern sustainability: When do actors use private or public regulatory authority to market tropical commodities? **Journal of Environmental Management**, [s. l.], v. 285, p. 112053, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.112053>. Acesso em: 21 jun. 2024.

HAYHOE, Mary M. Vision and Action. **Annual Review of Vision Science**, v. 3, n. 1, p. 389–413, 2017. <https://doi.org/10.1146/annurev-vision-102016-061437>

HOYOS OSSA, Duvan E.; GIL-SOLSONA, Rubén; PEÑUELA, Gustavo A.; SANCHO, Juan Vicente; HERNÁNDEZ, Felix J. Assessment of protected designation of origin for Colombian coffees based on HRMS-based metabolomics. **Food Chemistry**, [s. l.], v. 250, p. 89–97, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2018.01.038>. Acesso em: 21 jun. 2024.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Instrução Normativa 095/2018**: condições para registro de Indicação Geográfica. São Paulo: INPI, 2018.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Guia básico de indicação geográfica de 07 de outubro de 2019**. São Paulo: INPI, 2022a. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/assuntos/indicacoes-geograficas>. Acesso em: 23 fev. 2024.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Portaria nº 46, de 14 de outubro de 2021**: Institui os Selos Brasileiros de Indicações Geográficas e dispõe sobre sua finalidade, direito de uso e formas de utilização. São Paulo: INPI, 2022b.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Portaria nº 04, de 12 de janeiro de 2022**: Condições para registro de Indicação Geográfica, pedidos, petições e Manual de Indicações Geográficas. São Paulo: INPI, 2022c.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de Indicações Geográficas**. 2. rev. São Paulo: INPI, 2023. Disponível em: <https://manualdeig.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki>. Acesso em: 14 abr. 2023.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Pedidos de Indicações Geográficas no Brasil**. São Paulo: INPI, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 24 fev. 2024.

ICO - INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION. **A história do café**. 2022. Disponível em: https://www.ico.org/pt/coffee_storyp.asp

JANIN, Myriam; MEDINI, Salim; TÉCHER, Isabelle. (2014). Methods for PDO olive oils traceability: state of art and discussion about the possible contribution of strontium isotopic tool. **European Food Research and Technology**, v. 39, n. 5, p. 745–754, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s00217-014-2279-8>

JEVONS, William S. **The Theory of Political Economy**. 2. ed. London: Macmillan, 1871.

JUSTEN, Gelciomar S.; PAES-DE-SOUZA, Mariluce. Relações Sociais e Território: estudo no Arranjo Produtivo Local (APL) da castanha-da-Amazônia. **Revista de Ciências da Administração**, p. 114–130, 2017. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2017v19n47p114>.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. **Science**, v. 185, n.4157, p. 1124-1131, 1974.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. **Econometrica**, New York, v. 47, n. 2, p. 263-29, 1979.

KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, Fast and Slow**. USA: Farrar, Straus and Giroux, 2011.

KAPRON, Sergio R. **Os arranjos produtivos locais, extensão produtiva e inovação**: (re)construindo a política pública de desenvolvimento. BNDES, biblioteca digital, 2014. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/5324/1/Os%20arranjos%20produtivos%20locais_17_P.pdf. Acesso em: 12 jun. 2023.

LAKSONO, Pandu; IRHAM; MULYO, Jangkung Handoyo; SURYANTINI, Any. Farmers' willingness to adopt geographical indication practice in Indonesia: A psycho behavioral analysis. **Heliyon**, [s. l.], v. 8, n. 8, p. e10178, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10178>

LARRICK, Richard P. The Social Context of Decisions. **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, [s. l.], v.3, n.1, p.441–467, 2016. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062445>

LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José E.; LEMOS, Cristina; MALDONADO, José; VARGAS, Marco A. Globalização e inovação localizada. *In: Globalização e inovação localizada: experiências de sistemas locais no Mercosul*. Brasília: IBICT/MCT, 1999. p. 39-71.

LEME, Paulo H. M. V.; AGUIAR, Bruno H.; REZENDE, Daniel C. de. A convergência estratégica em Arranjos Produtivos Locais: uma análise sobre a cooperação entre atores em rede em duas regiões cafeeiras. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, n. 1, p. 145–160, 2019. <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790570109>

LEE, Kai-Fu. **AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order**. Boston/New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2018.

LERNER, Jennifer S.; LI, Ye; VALDESOLO, Piercarlo; KASSAM, Karim S. Emotion and Decision Making. **Annual Review of Psychology**, v. 66, n. 1, p. 799–823, 2015. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115043>

LEUFKENS, Daniel. The problem of heterogeneity between protected geographical indications: a meta-analysis. **British Food Journal**, [s. l.], v. 120, n. 12, p. 2843–2856, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2017-0710>

MANCINI, Maria Cecilia. Geographical Indications in Latin America Value Chains: A “branding from below” strategy or a mechanism excluding the poorest? **Journal of Rural Studies**, [s. l.], v. 32, p. 295–306, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.008>

MANJUNATHA, N. K. Status of Geographical Indications in India, Especially Karnataka. **Third Concept**, Karnataka, Índia, v. 30, p. 32-39, 2016. Disponível em: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-53235-4>. Acesso em: 01 jun. 2023.

MARIE-VIVIEN, Delphine; GARCIA, Claude A; KUSHALAPPA, Cheppudira G.; VAAST, Philippe. Trademarks, geographical indications and environmental labelling to promote biodiversity: The case of agroforestry coffee in India. **Development Policy Review**, v. 32, n. 4, p. 379–398. <https://doi.org/10.1111/dpr.12060>

MARSHALL, Alfred. **Princípios de Economia Política**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MARTINS, Ana Luiza. **História do café**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

MEYER, Martín; KUUSISTO, Jari; GRANT, Kevin; DE SILVA, Muthu; FLORES, Stephen; CHOKSY, Umair. Towards new Triple Helix organizations? A comparative study of competence centers as knowledge, consensus and innovation spaces. **R&D Management**, v. 49, n. 4, p. 555–573, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/radm.12342>.

MICÁN, Camilo; FERNANDES, Gabriela; ARAÚJO, Madalena. Project portfolio risk management: a structured literature review with future directions for research. **International Journal of Information Systems and Project Management**, v. 8, n. 3, p. 67–84, 2021. <https://doi.org/10.12821/ijispm080304>

MINTZBERG, Henry; RAISINGHANI, Duru; THEORET, André. The Structure of "Unstructured" Decision Processes. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, New York, v. 21, n. 2, p. 246-275, 1976.

NEILSON, Jeffrey; WRIGHT, Josephine; AKLIMAWATI, Lya. Geographical indications and value capture in the Indonesia coffee sector. **Journal of Rural Studies**, [s. l.], v. 59, p. 35–48, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.01.003>. Acesso em: 10 dez. 2023.

OBSERVATÓRIO APL. **Quem são os APLs brasileiros**. [s.d.]. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/observatorioapl>, Acesso em: 17 abr. 2023.

OECD - *Organization for Economic Co-operation for Development*. **Business Clusters: Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe, Local Economic and Employment Development (LEED)**. Paris: OECD Publishing, 2005. <https://doi.org/10.1787/9789264007116-en> (livro digital).

OLIVEIRA, Márcia F. de; MARTINELLI, Dante P. Desenvolvimento Local e Arranjos Produtivos Locais: uma revisão sistemática da literatura. **INTERAÇÕES**, Campo Grande, v. 5, n. 1, p. 47-58, 2014.

OZAKI; Adalton M.; SACCONI Éder J. da C.; FEDRIZZI, Valéria L. P. **Origem SP: Indicações Geográficas e Marcas Coletivas no Estado de São Paulo**. São Paulo: EDIFSP, 2024.

OZUNA, César; MULÍK, Stanislav; VALDEZ-RODRÍGUEZ, Berenice; ABRAHAM-JUÁREZ, Ma. del Rosario; FERNÁNDEZ-LÓPEZ, Claudia L. The effect of organic farming on total phenols, total flavonoids, brown compounds and antioxidant activity of spent coffee grounds from Mexico. **Biological Agriculture & Horticulture**, [s. l.], v. 36, n. 2, p. 107–118, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/01448765.2019.1704876>.

PEIXOTO, Juliana A. B. SILVA, Joana F.; OLIVEIRA, M. Beatriz P. P.; ALVES, Rita C. Sustainability issues along the coffee chain: From the field to the cup. **Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety**, [s. l.], v. 22, n. 1, p. 287–332, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1541-4337.13069>

PELLIN, Valdinho. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. **INTERAÇÕES**, Campo Grande, MS, v. 20, n. 1, p. 63-78, jan./mar. 2019.

PERKMANN, Markus; TARTARI, Valentina; MCKELVEY, Maureen; AUTIO, Erko; BROSTROM, Anders. Academic engagement and commercialization: a review of the literature on university-industry relations. **Research Policy**, Amsterdam, v. 42, n. 2, p. 423-442, 2013.

PERKMANN, Markus; KING, Z.; PAVELIN, S. Engaging excellence? Effects of faculty quality on university engagement with industry. **Research Policy**, Amsterdam, v. 40, p. 539-552, 2011.

PISANO, Raffaele; SOZZO, Sandro. A Unified Theory of Human Judgements and Decision-Making under Uncertainty. **Entropy**, [s. l.], v. 22, n. 7, p. 738, 2020. <https://doi.org/10.3390/e22070738>.

PURNOMO, Mangku; DAULAY, Pardamean; UTOMO, Medea R.; RIYANTO, Sugeng. Moderating role of connoisseur consumers on sustainable consumption and dynamics capabilities of Indonesian single origin coffee shops. **Sustainability**, Switzerland, v. 11, n. 5, p. 1319, 2019.

QUIÑONES-RUIZ, Xiomara F.; PENKER, Marianne; VOGL, Christian R.; SAMPER-GARTNER, Luis F *et al.* Can origin labels re-shape relationships along international supply chains? -The case of Café de Colombia. **International Journal of the Commons**, [s. l.], v. 9, p. 416–439, 2015.

QUIÑONES-RUIZ, Xiomara F.; NIGMANN, Thilo; SCHREIBER, Christoph; NEILSON, Jeffrey. Collective action milieus and governance structures of protected geographical indications for coffee in Colombia, Thailand and Indonesia. **International Journal of the Commons**, [s. l.], v. 14, n. 1, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5334/ijc.1007>

REICHMAN, Daniel. R. Big Coffee in Brazil: Historical Origins and Implications for Anthropological Political Economy. **The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology**, v. 23, n. 2, p. 241–261, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1111/jlca.12293>

RIZO, Maria P.; FRIGANT, Nathalie; GHETU, Violeta. Geographical Indications: An Introduction. [S.l.]: **WIPO - World Intellectual Property Organization**, 2021.

RONQUIM, Carlos C.; RODRIGUES, Cristina A. G.; QUARTAROLI, Carlos F. **Características de uso e ocupação da cafeicultura em Divinolândia, SP**. Documento 150. Campinas: EMBRAPA, 2023.

SÃO PAULO (Estado). Assembleia legislativa do Estado de São Paulo. ALESP **Decreto 54654 de 07/08/2009**: Programa estadual de fomento aos Arranjos Produtivos Locais do Estado de São Paulo. São Paulo: ALESP, 2009. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/norma/157218>. Acesso em: 05 jun. 2023.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Desenvolvimento Econômico. **Fomento aos Arranjos Produtivos Locais**. São Paulo: SDE-SP, 2022. Disponível em

<https://www.desenvolvimentoeconomico.sp.gov.br/programas/arranjos-produtivos-locais-apls/>. Acesso em: 06 jun. 2023.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Agricultura e Abastecimento. **Institucional**. São Paulo: SAA-SP, 2023a. Disponível em: <https://www.agricultura.sp.gov.br/institucional>. Acesso em: 24 jun. 2024.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Agricultura e Abastecimento. **Arranjos Produtivos Locais potencializam setor regional do agro**. São Paulo: SAA-SP, 2023b. Disponível em: <https://www.agricultura.sp.gov.br/pt/b/arranjos-produtivos-locais-potencializam-setor-regional-do-agro>. Acesso em: 15 out. 2024.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Entenda o conceito de indicação geográfica**. Brasília, 2017. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-conceito-de-indicacao-geografica,5a8e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 23 fev. 2024.

SHERWOOD, Arte L.; COVIN, Jeffrey G. Knowledge acquisition in University–Industry alliances: an empirical investigation from a learning theory perspective. **The Journal of Product Innovation Management**, New York, v. 25, p. 162-179, 2008.

SIEBERT, Johannes U.; KUNZ, Reinhard E.; ROLF, Philipp. Effects of decision training on individuals decision-making proactivity. **European Journal of Operational Research**, [s. l.], v. 294, n. 1, p.264–282, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2021.01.010>

SIEDENBERG, Dieter R.; THAINES, Aleteia H.; BAGGIO Daniel K. Desenvolvimento regional sob a ótica do reconhecimento da Indicação geográfica: o case do Vale dos Vinhedos, a partir da percepção dos atores sociais. **Gestão & Regionalidade**, v. 33, n. 99, set./dez. 2017. <https://doi.org/10.13037/gr.vol33n99.2771>

SILVA, Frazão L; CORTEZ, José. G. A QUALIDADE DO CAFÉ NO BRASIL: HISTÓRICO E PERSPECTIVAS. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 15, n. 1, p. 65–91, 1998.

SILVA, Fernanda N.; ANJOS, Flávia S.; CALDAS, Nádia V.; POLLNOW, Germano E. Institucionalização das indicações geográficas no Brasil e na Espanha. **Ciência Rural**, v. 43, n. 9, p. 1727–1733, 2013. <https://doi.org/10.1590/S0103-84782013005000112>.

SILVA, Gerardo. Sobre a “tropicalização” da experiência dos distritos industriais italianos. In: URANI, André; COCCO, Giuseppe; GALVÃO, Alexandre Patez (Org.). **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália**. 2ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p. 253-269.

SILVA, Júlio C. L. da. **Arranjo Produtivo Rural**: o agronegócio da uva no município de Jundiáí-SP. 2007. 130 f. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2007.

SILVA, Luan C. S.; KOVALESKI, João L.; GAIA, Silvia; BACK, Luani; PIEKARSKI, Cassiano M.; FRANCISCO, Antônio C. de. Geographical indications contributions for Brazilian agribusiness development. **African Journal of Agricultural Research**, v. 8, n. 18, p. 2080-2085, 2013.

SILVEIRA, Marco A. P. da; PINOTTI, Raquel N.; HO, Giseli T.; TREFIGLIO Ricardo P.; SOUZA, Manuel F. S.; ONOFRE, Herbert N. Os papéis da Governança Contratual e Relacional em Arranjos Produtivos Locais de Cafeicultura Paulistas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 2023, São Paulo. **Anais eletrônicos [...]**. Maringá: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2023. Disponível em: <http://www.anpad.org.br>. Acesso em: 10 jun. 2023.

SIMON, Herbert A. **Models of Man**: Social and Rational. New York: John Wiley & Sons, 1957.

SIMON, Herbert A. **The New Science of Management Decision**. New York: Harper & Row, 1977.

SIMON, Herbert A. **Comportamento administrativo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1979.

SMITH, Adam. **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**. v. 2. London: W. Strahan and T. Cadell, 1776.

TAKEMURA, K. **Behavioral Decision Theory**. Tokyo: Springer Japan, 2014. Disponível em: <https://link.springer.com/10.1007/978-4-431-54580-4>.

TIZZIOTTI, Catarine P. P.; TRUZZI, Oswaldo M. S.; BARBOSA, Agnaldo D. S. Arranjos produtivos locais: uma análise baseada na participação das organizações locais para o desenvolvimento. **Gestão & Produção**, v. 26, n. 2, 2019. <https://doi.org/10.1590/0104-530x-2579-19>.

VALENTE, Maria E. R.; PEREZ, Ronaldo; FERNANDES, Lucia R. R. de M. V. O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 43, n. 7, p. 1330-1336, 2013.

VANDECANDELAERE, Emilie; TEYSSIER, Catherine; BARJOLLE, Dominique; FOURNIER, Stéphane; BEUCHERIE, Olivier, JEANNEAUX, Philippe. Strengthening

Sustainable Food Systems through Geographical Indications: Evidence from 9 Worldwide Case Studies. **Journal of Sustainability Research**, London, United Kingdom, v. 2, n. 4, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.20900/jsr20200031>. Acesso em: 01 jun. 2023.

WEB OF SCIENCE. **Base de dados**. Clarivate Analytics. Disponível em: <https://www.webofscience.com>.

WHITNEY, C. Cory; BIBER-FREUDENBERGER, Lisa; LUEDELING, Eike. Decision analytical methods for assessing the efficacy of agroecology interventions. **CABI Agriculture and Bioscience**, v. 4, n. 1, p. 11, 2023. <https://doi.org/10.1186/s43170-023-00151-9>

WIPO - WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Indicações Geográficas**. Disponível em: https://www.wipo.int/geo_indications/en/. Acesso em: 23 fev. 2024.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. ISBN 978-85-8260-232-4.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso Editora, 2016. ISBN 978-85-8429-083-3.

Sites consultados:

Agro Mogiana: <https://agromogiana.com.br/um-pouco-sobre-a-cafeicultura-na-regiao-da-alta-mogiana/> (acessado em 12/05/2024)

Atlântica Coffee: <https://www.atlanticacoffee.com/alta-mogiana-cafe-que-atraversa-o-tempo-com-historia-e-qualidade/> (acessado em 12/05/2024)

IBGE cidades: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/divinolandia/historico> (acessado em 08/07/2024)

Portal de Pinhal: <https://portaldepinhal.com.br/2024/05/conheca-espírito-santo-do-pinhal-sp-a-cidade-dos-cafes-e-dos-vinhos/> (acessado em 12/05/2024)

Prof. Paulo Henrique Leme: *Coffee*

Insigth(<https://coffeeinsight.com.br/caf%C3%A9s-da-regi%C3%A3o-de-gar%C3%A7a-valorizando-a-hist%C3%B3ria-para-construir-o-futuro-a67464220958>) (acessado em 08/07/2024)

DataSebrae: <https://datasebrae.com.br/ig-regiao-de-garca/> (acessado em 08/07/2024)

SEBRAE: <https://sebrae.com.br/>

Região de Garça: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/cafe-da-regiao-de-garca-sp-consegue-indicacao-geografica>

Apêndice A - IGS Nacionais e Internacionais registradas no Brasil

Nacional

ESTADO	PRODUTO	IP	ANO	DO	ANO	
AC	Farinha de Mandioca;	2	22/08/2017			
	Açaí.		12/09/2023			
AL	Bordado Filé;	1	19/04/2016			
	Própolis vermelha			1	17/07/2012	
AM	Peixes ornamentais;	3	09/09/2014			
	Guaraná;		16/01/2018			
	Farinha de mandioca;		27/08/2019			
	Abacaxi;		09/06/2020			
	Pirarucu manejado.			1	13/07/2021	
AM-PA	Waraná e pães de waraná			1	20/10/2020	
BA	Aguardente de cana tipo cachaça;	3	14/10/2014			
	Amêndoas de cacau;		24/04/2018			
	Café verde em grãos.		14/05/2019			
CE	Camarões marinhos cultivados			1	16/08/2011	
	Redes	1	25/05/2021			
ES	Panelas de barro;	8	04/10/2011			
	Mármore;		29/05/2012			
	Cacau em amêndoas;		31/07/2012			
	Inhame;		29/09/2016			
	Socol;		12/06/2018			
	Café conilon;		11/05/2021			
	Pimenta do reino;		08/11/2022			
	Pimenta-rosa		18/07/2023			
	Café			1	04/05/2021	
ES/MG	Café em grãos verdes			1	02/02/2021	
GO	Açafrão;	2	02/02/2016			
	Jóias artesanais em prata.		09/07/2019			
MG	Café;	14	14/04/2005			
	Queijo minas artesanal do Serro;		13/12/2011			
	Peças artesanais em estanho;		07/02/2012			
	Queijo;		13/03/2012			
	Aguardente de cana tipo cachaça;		16/10/2012			
	Biscoito;		05/12/2013			
	Derivados de jabuticaba;		23/10/2018			
	Café em grão verde;		24/11/2020			
	Café em grãos crus;		15/12/2020			
	Artesanatos têxteis;		10/08/2021			
	Hortifrutis;		23/08/2022			
	Frutas: banana, manga, mamão e lima;		27/09/2022			
	Café em grãos crus;		25/07/2023			
	Queijo de leite de vaca cru integral.		01/08/2023			
		Café verde em grão;			5	31/12/2013
		Própolis verde;				09/06/2016
		Café verde em grão;				31/05/2011
	Mel de abelha;			01/12/2022		
	Café em grãos crus.			19/09/2023		
	Quartzitos plaqueados e/ou foleados			1	09/07/2024	

MS	Linguiça	1	24/11/2015		
MS/MT	Mel	1	10/03/2015		
NE	Uvas de mesa e manga	1	07/07/2009		
PA	Cacau;	3	29/01/2019		
	Queijo;		23/03/2021		
	Farinha de Mandioca.		18/05/2021		
PB	Têxteis de algodão natural colorido;	2	16/10/2012		
	Renda renascença.		24/09/2013		
PE	Porto digital	1	11/12/2012		
PE/BA	Vinho fino	1	01/11/2022		
PI	Opala preciosa e joias artesanais;	2	03/04/2012		
	Cajuína.		26/08/2014		
PR	Café verde em grãos;	13	25/09/2012		
	Goiaba;		17/05/2016		
	Uvas Finas de Mesa;		27/06/2017		
	Erva mate;		27/06/2017		
	Mel de abelha Apis Mellifera;		04/07/2017		
	Queijo;		24/04/2018		
	Melado batido e escorrido;		17/12/2019		
	Bala de banana;		29/12/2020		
	Morango;		04/10/2022		
	Vinhos;		18/10/2022		
	Barreado;		06/12/2022		
	Aguardente de cana tipo cachaça;		05/12/2023		
	Camomila desidratada		23/01/2024		
	Mel de Abelha			1	01/09/2015
RJ	Gnaisse fitado branca e pontos vermelhos;			5	22/05/2012
	Gnaisse fitado branca, rosa, verde e amarela;				22/05/2012
	Gnaisse fitado monolítico cinza;				22/05/2012
	Laranjas da espécie citrus sinensis;				26/07/2022
	Cachaça.				10/07/2007
RN	Melão;	2	17/09/2013		
	Bordado.		23/06/2020		
RO	Tambaqui peixe amazônico	2	15/08/2023		
	Cacau em amêndoas		14/11/2023		
	Café em grão robustas			1	01/06/2021
RS	Vinhos tinto, branco e espumante;	10	19/11/2002		
	Carne bovina;		12/12/2006		
	Couro acabado;		15/05/2009		
	Vinhos tinto, branco e espumante;		13/07/2010		
	Doces tradicionais de confeitaria e de frutas;		30/08/2011		
	Vinho e Espumantes;		11/12/2012		
	Vinhos e espumantes;		01/10/2013		
	Vinho Moscatel;		14/04/2015		
	Vinho fino;		05/05/2020		
	Chocolate artesanal.		15/06/2021		
	Arroz;			3	24/08/2010
Vinho e Espumantes;			25/09/2012		
Espumante natural.			29/11/2022		

RS-SC	Queijo Artesanal Serrano			1	03/03/2020
SC	Cachaça e aguardente			1	06/08/2024
SC SC/PR/RS	Vinho de Uva Goethe;	3	14/12/2012		
	Vinhos;		29/06/2021		
	Linguiça de carne suína.		06/02/2024		
	Banana (SC);			4	28/08/2018
	Mel de melato da bracatinga (SC/PR/RS);				13/07/2021
	Maçã Fuji (SC);				03/08/2021
	Erva mate (SC).				24/05/2022
SE	Renda de agulha em Lacê	1	26/12/2012		
SP	Calçados;	7	07/02/2012		
	Café;		17/09/2013		
	Café verde;		19/07/2016		
	Cerâmica artística;		08/09/2020		
	Café da espécie coffea arábica;		22/11/2022		
	Calçado infantil;		21/03/2023		
	Uvas Niágara Rosada de Jundiahy		04/04/2023		
TO	Artesanato em Capim Dourado	1	30/08/2011		
TOTAL: IP e DO		88		28	
TOTAL GERAL BRASIL:				116	

Internacional

PAÍS	PRODUTO	DO	ANO
Portugal	Vinhos	1	10/08/1999
	Vinho generoso (licoroso)	1	17/04/2012
França	Destilado vínico ou aguardente de vinho	1	11/04/2000
	Vinhos espumantes	1	11/12/2012
	Queijo	1	28/05/2013
Itália	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	1	21/10/2003
	Coxas de suínos frescas, presunto defumado cru	1	07/04/2009
Estados Unidos	Vinhos	1	11/09/2012
México	Tequila	1	12/02/2019
Escócia	Uísque	1	18/06/2024
TOTAL INTERNACIONAL		10	

Fonte: Elaborado pelo autor.

Dados extraídos de INPI: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em 25 fev. 2024.

Lista de IGs registradas no Brasil:

LISTACOMASINDICAESDEPROCEDNCIARECONHECIDAS.At06Fev2024.pdf
(www.gov.br)

Lista de DOs registradas no Brasil:

LISTACOMASDENOMINAESDEORIGEMRECONHECIDAS.At30Jan2024.pdf
(www.gov.br)

Apêndice B - Instituto Federal de São Paulo e SEBRAE

1) INSTITUTO FEDERAL DE SÃO PAULO

Os Institutos Federais no Brasil estão compostos por 105 unidades distribuídas em 9 instituições (REDE INTEGRA, 2022):

- a) Instituto Federal de Alagoas;
- b) Instituto Federal de Farroupilha;
- c) Instituto Federal de Minas Gerais;
- d) Instituto Federal do Rio Grande do Sul;
- e) Instituto Federal de São Paulo;
- f) Instituto Federal Sul-Rio-Grandense;
- g) Instituto Federal do Rio Grande do Norte;
- h) Instituto Federal do Rio de Janeiro;
- i) Instituto Federal de Mato Grosso do Sul.

São autarquias federais vinculadas ao Ministério da Educação com autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar na educação superior, básica e profissional, pluricurricular e *multicampi* com atuação na educação profissional e tecnológica com diferentes modalidades de ensino conjugando conhecimentos técnicos e tecnológicos com a prática pedagógica, conforme o estatuto do Instituto Federal de São Paulo (IFSP) (Portal IFSP, 2022).

O IFSP contribui para o desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional, é uma IEP empreendedora e está atuando para fortalecimento dos arranjos produtivos, sociais e culturais locais, por meio de projetos de pesquisa aplicada, extensão tecnológica, transferência de tecnologia, incentivando o empreendedorismo, o cooperativismo e o associativismo dando importância significativa aos projetos de Indicação Geográfica (IG) por envolver estudantes em ações formativas, desde a compreensão da história dos APL, as características típicas de seus produtos e serviços, entendimento mais amplo sobre propriedade intelectual e especificidades da IG (Ozaki; Sacconi; Fedrizzi, 2024, p.2-4).

Atualmente o IFSP apoia os APL Calçados de Birigui e Uvas Jundiahy que estão em processo de solicitação do reconhecimento da IG.

Destaque-se que IFSP possui os seguintes campi no Estado de São Paulo: Araraquara, Avaré, Birigui, Boituva, Bragança Paulista, Campinas, Campos do Jordão, Capivari, Caraguatatuba, Catanduva, Cubatão, Guarulhos, Hortolândia, Avançado de

Ilha Solteira, Itapetininga, Itaquaquecetuba, Jacareí, Avançado de Jundiaí, Matão, Piracicaba, Presidente Epitácio, Registro, Salto, São Carlos, São João da Boa Vista, São José dos Campos, São José do Rio Preto (em implantação), São Paulo/Reitoria, São Paulo Pirituba, São Roque, Sertãozinho, Sorocaba, Suzano, Avançado de Tupã, Votuporanga e São Miguel Paulista, cujo o organograma está disposto no anuário IFSP nº 2 (2016) disponível no portal IFSP (2022) mostrando que o seu Reitor está subordinado a um Conselho Superior assessorado por Unidades de Auditoria Interna, Colégios de Dirigentes e Comitê Técnico-Profissional e abaixo dele estão os Pró-reitores de Administração, de Desenvolvimento Institucional, de Ensino, de Extensão, de Pesquisa, Inovação e Pós-graduação que tem sob o seu comando a Diretoria do Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT), Diretoria de Pesquisa e Diretoria de Pós-Graduação.

Os contratos com indústrias para transferência de conhecimento e tecnologia passam pelo NIT que, por sua vez, está subordinada à Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia, onde concentram-se as informações sobre os contratos com as indústrias, ações de proteção à propriedade industrial e patentes, sendo eles os responsáveis pelos contratos de transferência de conhecimento e tecnologia.

Para formalizar o processo de transferência de conhecimento e tecnologia e com o suporte da Resolução nº 159, de 29 de novembro de 2017, o IFSP implanta a Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia (Inova-IFSP), cabendo a ela gerir a política de inovação do IFSP e dar celeridade à tramitação de procedimentos e iniciativas que visem à inovação tecnológica, à proteção da propriedade intelectual, à transferência de tecnologia e ao empreendedorismo no âmbito do IFSP, assim, as ações de proteção, transferência e gestão da propriedade intelectual inerente ou vinculada à criação ou à produção científica da Instituição que eram executadas pelo Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT), passam a fazer parte do Inova-IFSP.

O Inova-IFSP conta ainda com o Conselho de Inovação Tecnológica (CIT), como órgão consultivo da Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia, podendo deliberar em matérias cujas competências lhes tenham sido delegadas pelo Conselho Superior, tendo como funções básicas:

- a) Zelar pela manutenção da política institucional de estímulo à proteção das criações, licenciamento, inovação e outras formas de transferência de tecnologia;

- b) Avaliar e classificar os resultados decorrentes de atividades e projetos de pesquisa, opinando pela conveniência e promover a proteção das criações desenvolvidas na instituição;
- c) Avaliar solicitação de inventor independente para adoção de invenção;
- a) Acompanhar o processamento dos pedidos e a manutenção dos títulos de propriedade intelectual da instituição.
- b) Desenvolver estudos de prospecção tecnológica e de inteligência competitiva no campo da propriedade intelectual;
- c) Desenvolver estudos e estratégias para a transferência de inovação gerada pelo IFSP;
- d) Promover e acompanhar o relacionamento da ICT com empresas, em especial para as atividades previstas nos arts 6º ao 9º da Lei n. 10.973/2004, referente a transferência e licenciamento de tecnologia, prestação de serviços técnicos, e parcerias para realização de atividades conjuntas de pesquisa científica e tecnológica e de desenvolvimento de tecnologia, produto, serviço ou processo (Brasil, 2004);
- e) Negociar e gerir os acordos de transferência de tecnologia oriunda do IFSP;
- f) Propor e gerir o Programa de Empreendedorismo Tecnológico do IFSP, incluindo o Programa Hotel de Projetos regido por regulamento próprio;
- g) Contribuir para o aumento da conscientização da comunidade acadêmica e da sociedade em geral, a respeito da propriedade intelectual, da transferência de tecnologia, do empreendedorismo e da inovação (INOVA, 2022).

O apoio aos APL para obtenção do reconhecimento da IG pode ser dado pela unidade do IFSP que esteja mais próximo à região de localização do APL, portanto, Birigui – SP no caso do APL Calçados de Birigui e Jundiaí – SP no caso do APL Uvas de Jundiahy.

2) SEBRAE

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável de micro e pequenas empresas com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões. Focado em fortalecer o empreendedorismo e acelerar a formalização da economia, atua em parceria com os setores público e privado, oferecendo programas de

capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo e educação empreendedora, além de feiras e rodadas de negócios.

As soluções do SEBRAE atendem tanto empreendedores que estão abrindo seu primeiro negócio quanto pequenas empresas consolidadas que buscam reposicionamento no mercado e para garantir atendimento nacional possui sede em Brasília e pontos de atendimento nas 27 Unidades da Federação, oferecendo cursos, seminários, consultorias e assistência técnica para pequenos negócios de todos os setores.

Na sua publicação **série Empreendimentos Coletivos**, declara a crença de que a cooperação é uma cultura que poderá revolucionar os negócios e os “APL que não são uma forma de pessoa jurídica e sim um aglomerado de empresas localizadas em um mesmo território, com especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa” quando formados aumentam suas chances de sobrevivência e crescimento (Cardoso; Carneiro; Quirin, 2014).

É uma importante instituição de apoio aos APLs no processo de solicitação e obtenção do reconhecimento IG e apoiou os APL Calçados de Franca, Café Alta Mogiana, Café Pinhal e Cerâmica Porto Ferreira a obterem o reconhecimento da IG, dentre outros.

O SEBRAE Nacional define diretrizes e prioridades estratégicas, enquanto as unidades estaduais desenvolvem ações alinhadas com a realidade regional e as diretrizes nacionais. Embora não empreste dinheiro, o SEBRAE articula a criação de produtos financeiros com bancos, cooperativas de crédito e instituições de microcrédito, além de orientar empreendedores para que o crédito seja um instrumento de melhoria dos negócios.

Apêndice C - Roteiros para entrevistas

1) INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial)

Título: Efeitos da Indicação Geográfica em Arranjos Produtivos Locais da cafeicultura do Estado de São Paulo: Motivadores, Facilitadores e Barreiras

1) **Questão problema: Quais efeitos a implantação de Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo?**

2) **Objetivo geral:** Identificar os efeitos que a implantação da Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo.

3) **Objetivos específicos:**

3.1) Identificar os motivadores e barreiras para a solicitação do reconhecimento da Indicação Geográfica.

3.2) Identificar o nível de competitividade sustentada obtido pelo APLs com a obtenção da Indicação Geográfica.

3.3) Identificar fatores derivados da obtenção da Indicação Geográfica que possibilitem o aumento da eficiência e da eficácia dos APLs.

3.4) Analisar os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs.

3.5) Elaborar recomendações que incentivem a adoção de Indicação Geográfica por APLs.

ENTREVISTADO

Data: / /

Nome	
Função	

ENTREVISTA

	Entrevistador se apresenta e informa o objetivo da entrevista.
	Pede autorização para gravar a entrevista e registra a autorização.
	Pede ao entrevistado para falar sobre sua experiência com Indicação Geográfica e como ele se envolveu com os processos.
	Em qual fase do processo de reconhecimento de IG começa a atuação do INPI?
	Quais as Indicações Geográficas cujos processos de reconhecimento você participou?

	Quais as grandes dificuldades para a concessão do reconhecimento da IG? Por parte do INPI e por parte do solicitante.
	Como foi a evolução do processo de reconhecimento de IG?
	As regiões com Indicação Geográfica tiveram melhorias com o reconhecimento? Quais?
	Porque existem poucas IGs em São Paulo?
	O consumidor brasileiro conhece e valoriza a IG? O que pode ser feito para melhorar esta valorização? Você acredita que a IG pode influenciar a intenção de compra dos consumidores? Brasil e exterior.
	As normas legais atuais para reconhecimento da IG representam os consumidores, no sentido geográfico-histórico ou sociocultural.
	Quais melhorias no processo de reconhecimento da Indicação Geográfica seriam possíveis de serem implementadas?
	O que motivou o GOVERNO a incentivar os produtores a requererem a Indicação Geográfica?
	Quais os incentivos dados para que os produtores busquem o reconhecimento da Indicação Geográfica?
	Quais os principais motivos de solicitação de alteração do CET (Caderno de Especificações Técnicas)? Solicitar o documento.
	A existência de um APL formalizado facilita o processo de reconhecimento da Indicação Geográfica? Por quê?
	Quais os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs e região?
	Fair trade versus IG?

FINALIZANDO

	Agradecer ao entrevistado pela disponibilidade do seu tempo
	Pedir permissão para entrar em contato novamente, caso tenha mais perguntas.

2) MAPA (Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento)

Título: Efeitos da Indicação Geográfica em Arranjos Produtivos Locais da cafeicultura do Estado de São Paulo: Motivadores, Facilitadores e Barreiras

1) **Questão problema: Quais efeitos a implantação de Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo?**

2) Objetivo geral: Identificar os efeitos que a implantação da Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo.

3) Objetivos específicos:

3.1) Identificar os motivadores e barreiras para a solicitação do reconhecimento da Indicação Geográfica.

3.2) Identificar o nível de competitividade sustentada obtido pelo APLs com a obtenção da Indicação Geográfica.

3.3) Identificar fatores derivados da obtenção da Indicação Geográfica que possibilitem o aumento da eficiência e da eficácia dos APLs.

3.4) Analisar os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs.

3.5) Elaborar recomendações que incentivem a adoção de Indicação Geográfica por APLs.

ENTREVISTADO

Data: / /

Nome	
Função	

ENTREVISTA

	Entrevistador se apresenta e informa o objetivo da entrevista.
	Pede autorização para gravar a entrevista e registra a autorização.
	Pede ao entrevistado para falar sobre sua experiência com Indicação Geográfica (IG), Arranjos Produtivos Locais (APL) e como ele se envolveu com os processos.
	Quais os APLs e as IGs que você participou ou conhece os processos de reconhecimento?
	O que motivou o governo a incentivar os produtores a requererem reconhecimento do APL e da IG?

	Quais os incentivos para que os produtores busquem o reconhecimento do APL e da IG?
	Quais os aspectos relevantes para inclusão das IGs e APLs nas políticas públicas do país?
	Qual é a participação efetiva do MAPA nos processos de reconhecimento do APL e da IG?
	Quais as grandes dificuldades para uma região buscar reconhecimento do APL e da IG?
	A existência de um APL formalizado facilita o processo de reconhecimento da Indicação Geográfica? Por quê?
	As regiões com Arranjos Produtivos Locais tiveram melhorias com o reconhecimento? Quais?
	As regiões com Indicação Geográfica tiveram melhorias com o reconhecimento? Quais?
	Porque existem poucas IGs em São Paulo?
	O consumidor brasileiro conhece e valoriza a IG? O que pode ser feito para melhorar esta valorização?
	Você acredita que a IG pode influenciar a intenção de compra dos consumidores?
	As normas legais atuais para reconhecimento da IG representam os consumidores, no sentido geográfico-histórico ou sociocultural.
	Quais melhorias no processo de reconhecimento da Indicação Geográfica seriam possíveis de serem implementadas?
	Quais os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs e região?
	Fair trade versus IG.

FINALIZANDO

	Agradecer ao entrevistado pela disponibilidade do seu tempo
	Pedir permissão para entrar em contato novamente, caso tenha mais perguntas.

3) SAA-SP (Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo)

Título: Efeitos da Indicação Geográfica em Arranjos Produtivos Locais da cafeicultura do Estado de São Paulo: Motivadores, Facilitadores e Barreiras

1) **Questão problema: Quais efeitos a implantação de Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo?**

2) **Objetivo geral:** Identificar os efeitos que a implantação da Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo.

3) **Objetivos específicos:**

3.1) Identificar os motivadores e barreiras para a solicitação do reconhecimento da Indicação Geográfica.

3.2) Identificar o nível de competitividade sustentada obtido pelo APLs com a obtenção da Indicação Geográfica.

3.3) Identificar fatores derivados da obtenção da Indicação Geográfica que possibilitem o aumento da eficiência e da eficácia dos APLs.

3.4) Analisar os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs.

3.5) Elaborar recomendações que incentivem a adoção de Indicação Geográfica por APLs.

ENTREVISTADO

Data: / /

Nome	
Função	

ENTREVISTA

	Entrevistador se apresenta e informa o objetivo da entrevista.
	Pede autorização para gravar a entrevista e registra a autorização.
	Pede ao entrevistado para falar sobre sua experiência com Indicação Geográfica (IG), Arranjos Produtivos Locais (APL) e como ele se envolveu com os processos.
	Quais os APLs e as IGs que você participou ou conhece os processos de reconhecimento?
	O que motivou o governo a incentivar os produtores a requererem reconhecimento do APL e da IG?

	Quais os incentivos para que os produtores busquem o reconhecimento do APL e da IG?
	Quais os aspectos relevantes para inclusão das IGs e APLs nas políticas públicas do país?
	Porque existem poucas IGs no estado de São Paulo?
	Qual é a participação efetiva da SDE-SP nos processos de reconhecimento da IG?
	Quais as grandes dificuldades para uma região buscar reconhecimento do APL e da IG?
	A existência de um APL formalizado facilita o processo de reconhecimento da Indicação Geográfica? Por quê?
	As regiões com Arranjos Produtivos Locais tiveram melhorias com o reconhecimento? Quais?
	As regiões com Indicação Geográfica tiveram melhorias com o reconhecimento? Quais?
	O consumidor brasileiro conhece e valoriza a IG? O que pode ser feito para melhorar esta valorização?
	Você acredita que a IG pode influenciar a intenção de compra dos consumidores?
	As normas legais atuais para reconhecimento da IG possibilitam a atuação da SAA-SP?
	Quais melhorias no processo de reconhecimento da Indicação Geográfica seriam possíveis de serem implementadas?
	Quais os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs e região?
	Fair trade versus IG?

FINALIZANDO

	Agradecer ao entrevistado pela disponibilidade do seu tempo
	Pedir permissão para entrar em contato novamente, caso tenha mais perguntas.

4) SDE-SP (Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo)

Título: Efeitos da Indicação Geográfica em Arranjos Produtivos Locais da cafeicultura do Estado de São Paulo: Motivadores, Facilitadores e Barreiras

1) **Questão problema: Quais efeitos a implantação de Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo?**

2) **Objetivo geral:** Identificar os efeitos que a implantação da Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo.

3) **Objetivos específicos:**

3.1) Identificar os motivadores e barreiras para a solicitação do reconhecimento da Indicação Geográfica.

3.2) Identificar o nível de competitividade sustentada obtido pelo APLs com a obtenção da Indicação Geográfica.

3.3) Identificar fatores derivados da obtenção da Indicação Geográfica que possibilitem o aumento da eficiência e da eficácia dos APLs.

3.4) Analisar os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs.

3.5) Elaborar recomendações que incentivem a adoção de Indicação Geográfica por APLs.

ENTREVISTADO

Data: / /

Nome	
Função	

ENTREVISTA

	Entrevistador se apresenta e informa o objetivo da entrevista.
	Pede autorização para gravar a entrevista e registra a autorização.
	Pede ao entrevistado para falar sobre sua experiência com Indicação Geográfica (IG), Arranjos Produtivos Locais (APL) e como ele se envolveu com os processos.
	Quais os APLs e as IGs que você participou ou conhece os processos de reconhecimento?
	O que motivou o governo a incentivar os produtores a requererem reconhecimento do APL e da IG?

	Quais os incentivos para que os produtores busquem o reconhecimento do APL e da IG?
	Quais os aspectos relevantes para inclusão das IGs e APLs nas políticas públicas do país?
	Porque existem poucas IGs no estado de São Paulo?
	Qual é a participação efetiva da SDE-SP nos processos de reconhecimento da IG?
	Quais as grandes dificuldades para uma região buscar reconhecimento do APL e da IG?
	A existência de um APL formalizado facilita o processo de reconhecimento da Indicação Geográfica? Por quê?
	As regiões com Arranjos Produtivos Locais tiveram melhorias com o reconhecimento? Quais?
	As regiões com Indicação Geográfica tiveram melhorias com o reconhecimento? Quais?
	O consumidor brasileiro conhece e valoriza a IG? O que pode ser feito para melhorar esta valorização?
	Você acredita que a IG pode influenciar a intenção de compra dos consumidores?
	As normas legais atuais para reconhecimento da IG possibilitam a atuação da SDE-SP?
	Quais melhorias no processo de reconhecimento da Indicação Geográfica seriam possíveis de serem implementadas?
	Quais os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs e região?
	Fair trade versus IG?

FINALIZANDO

	Agradecer ao entrevistado pela disponibilidade do seu tempo
	Pedir permissão para entrar em contato novamente, caso tenha mais perguntas.

5) IEP (Instituição de Ensino e Pesquisa) ou **ICT** (Instituições Científicas e de Inovação Tecnológica) ou **SEBRAE** (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)

Título: Efeitos da Indicação Geográfica em Arranjos Produtivos Locais da cafeicultura do Estado de São Paulo: Motivadores, Facilitadores e Barreiras

1) Questão problema: Quais efeitos a implantação de Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo?

2) Objetivo geral: Identificar os efeitos que a implantação da Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo.

3) Objetivos específicos:

3.1) Identificar os motivadores e barreiras para a solicitação do reconhecimento da Indicação Geográfica.

3.2) Identificar o nível de competitividade sustentada obtido por APLs com a obtenção da Indicação Geográfica.

3.3) Identificar fatores derivados da obtenção da Indicação Geográfica que possibilitem o aumento da eficiência e da eficácia dos APLs.

3.4) Analisar os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs.

3.5) Elaborar recomendações que incentivem a adoção de Indicação Geográfica por APLs.

ENTREVISTADO

Data: / /

Nome	
Função	

ENTREVISTA

	Entrevistador se apresenta e informar o objetivo da entrevista.
	Pede autorização para gravar a entrevista e registra a autorização.
	Pede ao entrevistado para falar sobre sua experiência com Indicação Geográfica (IG), Arranjos Produtivos Locais (APL) e como ele se envolveu com os processos.
	Quais os APLs e as IGs que você participou ou conhece os processos de reconhecimento? De que forma?

	O que motivou esta ORGANIZAÇÃO a incentivar os produtores a requererem reconhecimento do APL e da IG?
	Quais atividades foram desenvolvidas no sentido de estimular e preparar os produtores para o reconhecimento do APL e da IG?
	Saberia dizer por que existem poucas IGs no estado de São Paulo?
	Quais as grandes dificuldades (barreiras) encontradas neste processo de apoio ao produtor na busca do reconhecimento do APL e da IG?
	É possível afirmar que o reconhecimento de um APL promove o desenvolvimento da região? Teria um exemplo de região?
	A existência de um APL formalizado facilita o processo de reconhecimento da Indicação Geográfica? Por quê?
	As regiões com Indicação Geográfica tiveram melhorias com o reconhecimento? Quais?
	O consumidor brasileiro conhece e valoriza a IG? O que pode ser feito para melhorar esta valorização?
	Você acredita que a IG pode influenciar a intenção de compra dos consumidores?
	Quais os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs e região?
	Fair trade versus IG?

FINALIZANDO

	Agradecer ao entrevistado pela disponibilidade do seu tempo
	Pedir permissão para entrar em contato novamente, caso tenha mais perguntas.

6) GESTOR DO APL

Título: Efeitos da Indicação Geográfica em Arranjos Produtivos Locais da cafeicultura do Estado de São Paulo: Motivadores, Facilitadores e Barreiras

1) Questão problema: Quais efeitos a implantação de Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo?

2) Objetivo geral: Identificar os efeitos que a implantação da Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo.

3) Objetivos específicos:

3.1) Identificar os motivadores e barreiras para a solicitação do reconhecimento da Indicação Geográfica.

3.2) Identificar o nível de competitividade sustentada obtido pelo APLs com a obtenção da Indicação Geográfica.

3.3) Identificar fatores derivados da obtenção da Indicação Geográfica que possibilitem o aumento da eficiência e da eficácia dos APLs.

3.4) Analisar os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs.

3.5) Elaborar recomendações que incentivem a adoção de Indicação Geográfica por APLs.

ENTREVISTADO

Data: / /

APL	
Nome do entrevistado	

ENTREVISTA

	Entrevistador se apresenta e informa o objetivo da entrevista.
	Pede autorização para gravar a entrevista e registra a autorização.
	Pede ao entrevistado para falar sobre sua experiência com Arranjo Produtivo Local e como ele se envolveu com o processo.
	Qual a quantidade de produtores da região?
	Quantidade de associados antes e depois do reconhecimento?
	Por que esta diferença entre a quantidade de produtores e de associados?
	O que motivou buscar o reconhecimento do APL?
	Quais os facilitadores do processo? Se existirem.
	Quais as dificuldades do processo? Se existirem.

	Quais as vantagens do APL?
	Quais as desvantagens do APL?
	Em quais mercados consumidores o APL atua?
	Alguma Universidade ou Instituto de Ensino e Pesquisa auxiliou o processo de preparação e desenvolvimento do APL? Qual? Como se deu a contribuição dela?
	Algum órgão do governo auxiliou no processo de preparação, reconhecimento e desenvolvimento do APL? Qual (is)? Como se deu a contribuição dele?
	Quais são os agentes dessa cadeia produtiva?
	Existem diferenças entre os benefícios recebidos pelos agentes da cadeia produtiva?
	Existe um produtor líder?
	Como é a estrutura organizacional (de governança)?
	Existe interesse do grupo pelo reconhecimento da IG?
	Você vê a possibilidade de juntarem Caconde, Divinolândia e São Sebastião da Gramma e buscarem a IG?
	Quais aspectos motivaria a obtenção do reconhecimento da IG?
	O que os governos municipal, estadual e federal poderiam fazer para estimular a busca pela IG?
	O consumidor brasileiro conhece e valoriza a IG? O que pode ser feito para melhorar esta valorização?
	Você acredita que a IG pode influenciar a intenção de compra dos consumidores?
	Com você tem classificaria as normas legais atuais para reconhecimento da IG? Estimulam a busca pelo reconhecimento da IG?
	Haveria algum efeito econômico, social, político e tecnológico da Indicação Geográfica para o APL?
	Fair trade versus IG?

FINALIZANDO

	Agradecer ao entrevistado pela disponibilidade do seu tempo
	Pedir permissão para entrar em contato novamente, caso tenha mais perguntas.

7) SUBSTITUTO PROCESSUAL DA IG

Título: Efeitos da Indicação Geográfica em Arranjos Produtivos Locais da cafeicultura do Estado de São Paulo: Motivadores, Facilitadores e Barreiras

1) Questão problema: Quais efeitos a implantação de Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo?

2) Objetivo geral: Identificar os efeitos que a implantação da Indicação Geográfica produz em APLs da cafeicultura paulista, segundo a visão dos diferentes atores que participam do processo.

3) Objetivos específicos:

3.1) Identificar os motivadores e barreiras para a solicitação do reconhecimento da Indicação Geográfica.

3.2) Identificar o nível de competitividade sustentada obtido pelo APLs com a obtenção da Indicação Geográfica.

3.3) Identificar fatores derivados da obtenção da Indicação Geográfica que possibilitem o aumento da eficiência e da eficácia dos APLs.

3.4) Analisar os efeitos econômicos, sociais, políticos e tecnológicos da Indicação Geográfica para os APLs.

3.5) Elaborar recomendações que incentivem a adoção de Indicação Geográfica por APLs.

ENTREVISTADO

Data: / /

Indicação Geográfica	
Nome do entrevistado	

ENTREVISTA

	Entrevistador se apresenta e informa o objetivo da entrevista.
	Pede autorização para gravar a entrevista e registra a autorização.
	Pede ao entrevistado para falar sobre sua experiência com Indicação Geográfica e como ele se envolveu com o processo.
	O que motivou o grupo a requerer a Indicação Geográfica? Quais são as características deste grupo? Como se deu o processo de tomada de decisão, planejamento e execução da obtenção da IG?
	Quais os facilitadores do processo de requerimento da IG? Se existirem.
	Quais as dificuldades do processo de requerimento da IG? (Isso pode incluir dificuldades com a elaboração de procedimentos, documentação, custos, tempo...). Teve que alterar o produto e sua representatividade?

	Quais as vantagens da IG?
	Quais as desvantagens da IG?
	Em quais mercados consumidores a IG atua?
	Alguma Universidade ou Instituto de Ensino e Pesquisa auxiliou o processo de preparação para a IG? Qual? Como se deu a contribuição dela?
	Algum órgão do governo auxiliou no processo de preparação para a IG? Qual? Como se deu a contribuição dele?

OBJETIVO GERAL

	Qual a quantidade de produtores da região?
	Quantidade de associados antes e depois do reconhecimento?
	Por que esta diferença entre a quantidade de produtores e de associados?
	Quantidade de selos emitidos mensalmente?
	Quem são os agentes dessa cadeia produtiva?
	Todos os agentes da cadeia produtiva tiveram benefícios igualmente?
	Quais efeitos foram observados desde a obtenção do reconhecimento da Indicação Geográfica, sob o ponto de vista econômico? (Isso pode incluir aumento nas vendas, maior valor agregado aos produtos, maior faturamento...).
	Quais efeitos foram observados desde a obtenção do reconhecimento da Indicação Geográfica, sob o ponto de vista social? (Isso pode incluir maior reconhecimento da cultura local, preservação de tradições...).
	Quais efeitos foram observados desde a obtenção do reconhecimento da Indicação Geográfica, sob o ponto de vista tecnológico? (Isso pode incluir melhorias na qualidade dos produtos, desenvolvimento de novas técnicas de produção...).
	Quais efeitos foram observados desde a obtenção do reconhecimento da Indicação Geográfica, sob o ponto de vista político? (Isso pode incluir o fazer parte da política pública do estado ou do município...).
	Existe um produtor líder?
	Como é a estrutura organizacional (de governança)?

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

	A Indicação Geográfica proporciona competitividade para a aglomeração e seus produtos?
--	--

	Houve aumento da produção?
	A Indicação Geográfica permitiu incremento no preço de venda (lucro) e com isso contribuir para a agregação de renda?
	A Indicação Geográfica contribui economicamente para o desenvolvimento do seu território?
	Além dos resultados econômicos, sociais e tecnológicos, se observou outros desde que obteve o reconhecimento da Indicação Geográfica.
	Valeu a pena a obtenção do reconhecimento da Indicação Geográfica?
	Os governos municipal, estadual e federal conhecem e valorizam a IG?
	O que os governos municipal, estadual e federal poderiam fazer para valorizar ainda mais a IG?
	O consumidor brasileiro conhece e valoriza a IG? O que pode ser feito para melhorar esta valorização?
	Você acredita que a IG pode influenciar a intenção de compra dos consumidores?
	Com base na experiência com a Indicação Geográfica, quais os cuidados e ações você recomendaria para os APLs que queiram buscar o reconhecimento IG? (Isso pode incluir ações como documentação, pesquisa, desenvolvimento de produtos, buscar fomento e auxílio...).
	O processo de reconhecimento da IG representou a realidade histórica e simbólica da IG, ou seja, o produto materializa e simboliza o patrimônio cultural coletivo.
	As normas legais atuais para reconhecimento da IG representam os consumidores, no sentido geográfico-histórico ou sociocultural.
	Os resultados obtidos pela IG podem ser usados como estimuladores para APLs buscarem o reconhecimento IG?
	Fair trade versus IG?

FINALIZANDO

	Agradecer ao entrevistado pela disponibilidade do seu tempo
	Pedir permissão para entrar em contato novamente, caso tenha mais perguntas.

Anexo A - LISTA DOS APLS RECONHECIDOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

43	Tecnologia da Informação e Comunicação	Mogi das Cruzes
44	Citrus de Mesa	Mogi Mirim
45	Metalmecânico	Monte Azul Paulista
46	Confecção	Morro Agudo
47	Produtos Nativos da Mata Atlântica	Osasco
48	Cerâmica Vermelha	Panorama
49	Bioenergia	Piracicaba
50	Cerâmica Artística e Decoração	Porto Ferreira
51	Setor Mineral	Registro
52	Banicultura	Registro
53	Cervejas Artesanais	Ribeirão Preto
54	Cultural	Ribeirão Preto
55	Saúde	Ribeirão Preto
56	Software e Serviços	Ribeirão Preto
57	Turismo Gastronômico	Rio Claro
58	Apicultura	Salesópolis
59	Piscicultura	Santa Fé do Sul
60	Cerâmica de Revestimento	Santa Gertrudes
61	Tecnologia da Informação e Comunicação	São Carlos
62	Joalheiro	São José do Rio Preto
63	Saúde e Farma	São José do Rio Preto
64	Tecnologia da Informação e Comunicação	São José do Rio Preto
65	Aeroespacial e Defesa	São José dos Campos
66	Agrotech	São José dos Campos
67	Tecnologia da Informação e Comunicação	São José dos Campos
68	Beleza e Cultura	São Paulo
69	Livros e editora	São Paulo
70	Jogos Digitais	São Paulo
71	Móveis	São Paulo e São Bernardo do Campo
72	Cafeicultura	São Sebastião da Grama
73	Metalmecânico	Sertãozinho
74	Juçara	Sete Barras
75	Aeronáutico	Sorocaba
76	Cervejas Artesanais	Sorocaba
77	Energias Renováveis	Sorocaba
78	Metalmecânico	Sorocaba
79	Cerâmica	Tambaú
80	Leite e Derivados	Taubaté
81	Apicultura	Taubaté
82	Amendoim Agrícola	Tupã
83	Confecção de Jeans	Urupês
84	Baticultura	Vargem Grande do Sul