

## **Fatores críticos que afetam a implementação de planos de ação em indicações geográficas**

Edilson Nolaço dos Santos

### **Resumo**

Este artigo analisa a experiência de cinco Indicações Geográficas do Rio Grande do Sul no contexto do Programa Sebrae ALI/IG. A pesquisa combina dados quantitativos e qualitativos, obtidos por meio de diagnósticos iniciais, planos de ação e relatórios elaborados pelos Agentes Locais de Inovação. A primeira etapa consistiu na análise da relação entre a estrutura básica das IGs e a execução das ações propostas. Os resultados mostram que IGs com maior organização interna tiveram melhor desempenho na implementação dos planos. A segunda etapa, de natureza qualitativa, identificou dificuldades recorrentes, como baixa participação dos associados, conflitos de agenda e fragilidade na tomada de decisões. Observou-se que, embora todas as IGs tenham formalizado o compromisso de participar do projeto ALI/IG, isso não garantiu envolvimento efetivo ao longo da execução. A partir desses dados encontrados, conclui-se que é necessário ir além da formalização do interesse, adotando mecanismos complementares, tais como comitês locais, pactuação de responsabilidades operacionais e formação de lideranças. A consolidação das IGs como instrumentos de desenvolvimento territorial requer governança ativa, engajamento contínuo e articulação institucional qualificada.

**Palavras-chave:** Indicação geográfica. Plano de ação. Projeto ALI/IG.

## 1. Introdução

As indicações geográficas (IGs) são instrumentos de propriedade intelectual caracterizados por garantir aos seus beneficiários o direito de excluir terceiros da comercialização de produtos e serviços certificados daqueles que indicam falsamente serem originários de determinada região. Em outros termos, só quem possui o produto ou serviço registrado está legalmente autorizado a utilizar o sinal distintivo da indicação geográfica (INPI, 2025a).

Em uma visão mais restrita, o direito de exclusividade poderia ser considerado o principal objetivo de se obter uma indicação geográfica. Dessa forma, por força de lei, o detentor estaria excluindo seus possíveis concorrentes, possibilitando a construção de uma reserva de mercado sem os esforços dispensados pelas ferramentas mercadológicas convencionais.

Todavia, para além da vantagem jurídica, os maiores benefícios resultantes do reconhecimento de indicação geográfica estão nas possibilidades coletivas. Isso porque, diferentemente da maioria dos ativos de propriedade intelectual, o registro recai sobre a coletividade. Assim, todos os produtores e prestadores de serviços situados na região reconhecida como Indicação Geográfica têm o direito de utilizar a certificação decorrente do registro, desde que cumpram os requisitos estabelecidos no caderno de especificações técnicas da IG (INPI, 2025a). Essa particularidade é, inclusive, um dos fundamentos para a criação de políticas públicas e desenvolvimento de projetos que visam impulsionar as IGs, de modo que o sucesso comercial de uma indicação geográfica pode favorecer o desenvolvimento regional como um todo, elevando o poder aquisitivo dos produtores e gerando reflexos diretos e indiretos na economia local (Pellin, 2019).

Uma importante ação nesse sentido é o Programa Agentes Locais de Inovação, modalidade Indicação Geográfica (ALI/IG), desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae. Com o objetivo de fortalecer as IGs brasileiras, o programa compreende a execução de uma metodologia que inclui ferramentas de diagnóstico e planejamento, resultado em um plano de ação a ser executado pela IG, com suporte de profissionais qualificados ao longo de 18 meses (Sebrae, 2023).

Entretanto, considerando as especificidades das Indicações Geográficas, implementar todas as ações previstas para seu pleno desenvolvimento não é uma tarefa simples. As IGs

envolvem uma coletividade de produtores com distintos perfis, interesses e níveis de organização, além de exigirem estratégias comerciais articuladas e alinhadas à identidade territorial. Essa complexidade torna o processo de governança mais desafiador, sobretudo quando há disparidade entre os objetivos individuais dos atores e os compromissos coletivos exigidos pela certificação.

Nesse contexto, este artigo tem como principal objetivo identificar e analisar os fatores críticos que afetaram a execução dos planos de ação em cinco projetos de estruturação de IGS no estado do Rio Grande do Sul, com base na experiência de orientação técnica dentro do programa ALI/IG.

## **2. Desenvolvimento**

Os estudos sobre Indicações Geográficas (IGs), em grande parte, têm se concentrado em analisar as potencialidades desse instrumento de propriedade intelectual na promoção do desenvolvimento regional. No entanto, uma parcela significativa dessas pesquisas também aponta as dificuldades enfrentadas na fase de operacionalização das IGs, especialmente no período pós-registro. Dentre os principais desafios, destacam-se a falta de conhecimento sobre a certificação por parte dos próprios produtores, a dificuldade de mobilização e articulação dos membros da associação gestora, a ausência de estratégias de comercialização eficazes, bem como a fragilidade das estruturas de governança coletiva (Rangel et al., 2024; Vieira et al, 2019; Giesbrecht & Minas, 2019).

Analisar as dificuldades enfrentadas pelas Indicações Geográficas (IGs) no período pós-registro é fundamental para identificar os fatores que impactam diretamente a execução dos planos de ação. Assim, o reconhecimento desses fatores críticos permite o aprimoramento dos planos, tornando-os mais realistas, adaptados à realidade local e, conseqüentemente, mais eficazes no fortalecimento e na sustentabilidade das IGs.

### **2.1 Revisão de literatura**

As Indicações Geográficas (IGs) têm se consolidado como importantes instrumentos de valorização de produtos vinculados a territórios específicos, especialmente em contextos rurais e de economias tradicionais. Ao reconhecer a origem e as particularidades culturais,

ambientais e produtivas de determinados bens, as IGs contribuem para a construção de uma identidade territorial e para a diferenciação no mercado. Maiorki e Dallabrida (2015) destacam que essas especificidades podem favorecer a valorização comercial dos produtos, resultando em maior retorno financeiro aos produtores e, conseqüentemente, gerando impactos positivos no desenvolvimento socioeconômico das regiões envolvidas.

Podem-se destacar, então, duas características fundamentais para compreender a motivação que leva ao registro de uma Indicação Geográfica (IG): a busca por retorno financeiro e o interesse no desenvolvimento regional. A primeira está diretamente relacionada aos produtores, que visam agregar valor aos seus produtos e, assim, obter maior lucratividade. Já a segunda envolve a comunidade e o poder público, que percebem as IGs como um instrumento de fortalecimento territorial, considerando seu caráter coletivo e seu potencial de gerar impactos socioeconômicos positivos na região certificada (Matos; Braga; Albino, 2022).

Entretanto, conforme esclarecem Rangel *et al.* (2024), reverter os custos decorrentes do processo de registro e da manutenção de uma Indicação Geográfica não é uma tarefa simples. Naturalmente, o período pós-registro configura-se como um dos maiores desafios para a entidade coletiva responsável, uma vez que há uma pressão crescente por resultados concretos que justifiquem o investimento realizado e validem a efetividade do registro perante os produtores e demais atores envolvidos.

Neste contexto, destacam-se os principais gargalos levantados por estudiosos deste tema. Pellin e Vieira (2016) apontam a falta de apoio financeiro para posicionamento dos produtos certificados em mercados competitivos. Corroboram com esta afirmação Silva *et al.* (2012) ao fazerem um paralelo entre o sistema brasileiro de IG e o sistema Europeu. Os autores citam que, naquele continente, 50% das despesas das IGs com a promoção e a divulgação dos produtos certificados são subvencionados pelo próprio governo.

Vieira *et al.* (2019) citam o baixo reconhecimento da população em relação à IG, dificultando a comercialização dos produtos a partir do apelo identitário. Para Rangel *et al.* (2024), no entanto, os desafios se concentram na gestão da IG, ao afirmar que os principais entraves estão a dificuldade de operacionalizar as normas técnicas estabelecidas, garantir o cumprimento dos critérios de qualidade, manter o engajamento dos produtores e fomentar inovações que ampliem o valor percebido pelos consumidores.

Niederle *et al.* (2017) associam a dificuldade de sucesso das IGs às fragilidades dos mecanismos de gestão no pós-registro. Para o autor, “em alguns casos a IG deixou de ser

utilizada sob a justificativa de que não traz retorno monetário que compense os custos de adequação às normas e padrões” (Niederle *et al*, 2017, p. 97)

Além disso, existem as limitações de aplicação dos modelos técnicos em contextos socioculturais heterogêneos. Ademais para além das especificidades dos produtos certificados, existem as características intrínsecas à região, conforme esclarecido por Ueda, ao afirmar que os processos de crescimento econômico local são fortemente influenciados por um conjunto de fatores específicos de cada território, como a estrutura produtiva, o mercado de trabalho, o sistema produtivo, o nível de conhecimento tecnológico, a utilização dos recursos naturais e das infraestruturas disponíveis, além de aspectos sociais, políticos, culturais e tradicionais que caracterizam cada localidade (Ueda, 2004).

## **2.2 Procedimentos metodológicos**

Este estudo adotou uma abordagem mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos, com caráter exploratório e descritivo. O objetivo foi identificar os fatores críticos que afetaram a implementação dos planos de ação em projetos de Indicações Geográficas (IGs). A pesquisa foi realizada com base na análise de cinco IGs participantes do projeto Agentes Locais de Inovação – Indicações Geográficas (ALI/IG), desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). As IGs analisadas foram: Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, Campanha Gaúcha, Litoral Norte Gaúcho, Pelotas e Monte Belo.

A coleta de dados ocorreu por meio de três procedimentos principais. O primeiro foi a análise documental dos planos de ação elaborados no âmbito do projeto, complementada por relatórios de acompanhamento e materiais institucionais das entidades gestoras. Em segundo lugar, foram sistematizados dados quantitativos sobre o total de ações planejadas, executadas, em andamento e não executadas, possibilitando análises comparativas entre as IGs. Por fim, realizou-se uma análise qualitativa dos relatórios mensais produzidos pelos Agentes Locais de Inovação, com o objetivo de identificar as principais dificuldades enfrentadas durante a execução das ações.

### 2.3 Apresentação, análise e discussão dos resultados

Para contextualizar a análise dos fatores críticos de implementação, apresenta-se adiante a caracterização dos cinco projetos de Indicações Geográficas acompanhados no âmbito do projeto ALI IG do Sebrae. A construção dos planos de ação seguiu uma metodologia estruturada, que teve início com a realização de um diagnóstico da situação de cada IG, visando identificar os principais desafios, oportunidades e necessidades locais. Em seguida, foi aplicada a ferramenta de análise SWOT, que permitiu organizar as informações em termos de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Com base nesses resultados, foi elaborado um mapa de priorização das atividades, que orientou a definição das metas e ações estratégicas a serem implementadas durante o ciclo de acompanhamento.

A Tabela 1 apresenta uma síntese do momento inicial de elaboração do plano de ação, correspondendo à etapa de diagnóstico. Nessa fase, é realizada uma análise da situação atual de cada Indicação Geográfica, incluindo a caracterização da estrutura existente e a identificação dos principais pontos críticos que impactam seu funcionamento e desenvolvimento. Esses elementos são fundamentais para orientar a definição das ações estratégicas a serem propostas no plano.

Tabela 1 – Caracterização dos projetos de Indicações Geográficas analisados

<b>IG Campanha Gaúcha</b>	
<b>Data do Registro:</b> 05/05/2020	
<b>Produto:</b> vinho fino branco tranquilo; vinho fino rosado tranquilo; vinho fino tinto tranquilo; vinho espumante fino	
Caracterização	Pontos críticos
1. O sinal distintivo é utilizado nos produtos comercializados; 2. A IG possui um gestor; 3. O presidente da associação atua em conjunto com o gestor da IG.	1. Falta de um sistema de dados; 2. Falta de conhecimento da IG por parte do público interno; 3. Falta de visibilidade da IG pela região onde está inserida; 4. Mercado consumidor ameaçado por concorrência desleal (região fronteira com Argentina e Uruguai-entrada desenfreada de produtos importados na região).
<b>IG Litoral Norte Gaúcho</b>	

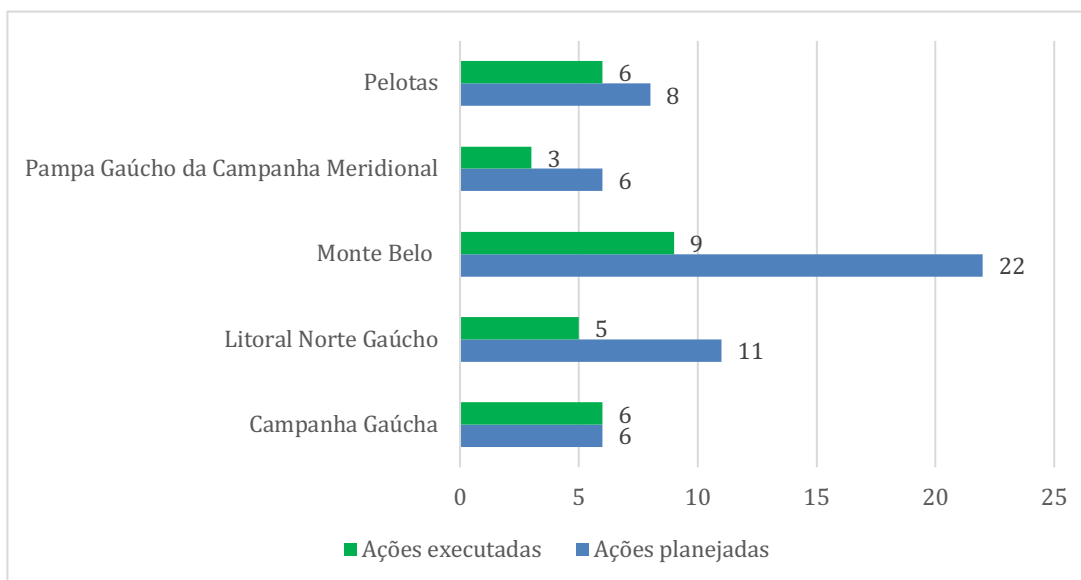
<p><b>Data do Registro:</b> 24/08/2010 <b>Produto:</b> arroz</p>	
<p>Caracterização</p>	<p>Pontos críticos</p>
<p>1. O sinal distintivo é utilizado no produto comercializado;</p> <p>2. A IG não possui um gestor;</p> <p>3. O presidente da associação é o principal responsável pelas atividades relacionadas à IG.</p>	<p>1. Falta de presença da Governança da IG;</p> <p>2. Falta de visibilidade da IG;</p> <p>3. Falta de ações de Comunicação e Marketing, para promoção da IG;</p> <p>4. Baixa procura pelo produto da IG nos pontos em que o produto é comercializado;</p> <p>5. Falta de parcerias com prefeituras, órgãos governamentais, escolas e universidades na região da IG;</p> <p>6. Perda do senso de pertencimento por parte dos Associados.</p>
<p><b>IG Monte Belo</b></p> <p><b>Data do Registro:</b> 01/10/2013 <b>Produto:</b> vinhos e espumantes</p>	
<p>Caracterização</p>	<p>Pontos críticos</p>
<p>1. O sinal distintivo não é utilizado nos produtos comercializados;</p> <p>2. A IG não possui um gestor;</p> <p>3. O presidente da associação é o principal responsável pelas atividades relacionadas à IG.</p>	<p>1. Estruturação da governança e gestão da IG;</p> <p>2. Conhecimento sobre as normas e caderno técnico da IG e alterações no INPI;</p> <p>3. Posicionamento, identidade e comunicação;</p> <p>4. Produção e oferta de produtos sem a Indicação de procedência e levedura nativa;</p> <p>5. Ampliação de receitas através do uso da IP e levedura nativa;</p> <p>6. Ações de mercado e promoção do terroir.</p>
<p><b>IG Pampa Gaúcho da Campanha Meridional</b></p> <p><b>Data do Registro:</b> 12/12/2006 <b>Produto:</b> Carne bovina e seus derivados</p>	
<p>Caracterização</p>	<p>Pontos críticos</p>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. O sinal distintivo não é utilizado nos produtos comercializados;</li> <li>2. A IG não possui um gestor;</li> <li>3. O presidente da associação é o principal responsável pelas atividades relacionadas à IG.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarticulação da cadeia produtiva e falta de governança;</li> <li>2. Alteração do registro da IG no INPI;</li> <li>3. Carências na gestão da IG;</li> <li>4. Problemas de comunicação interna e externa;</li> <li>5. Mecanismos de controle e rastreabilidade.</li> </ol>
<p><b>IG Pelotas</b></p> <p><b>Data do Registro:</b> 30/08/2011</p> <p><b>Produto:</b> Doces finos tradicionais e de confeitaria</p>	
<p style="text-align: center;">Caracterização</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. O sinal distintivo é utilizado nos produtos comercializados;</li> <li>2. A IG não possui um gestor;</li> <li>3. O presidente da associação é o principal responsável pelas atividades relacionadas à IG.</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Pontos críticos</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de proatividade dos membros da associação;</li> <li>2. Pouco conhecimento em relação ao Selo da IG por parte dos membros da associação;</li> <li>3. Necessidade de expansão no mercado local e externo;</li> <li>4. Necessidade de obtenção de recursos financeiros;</li> <li>5. Pouco engajamento e promoção do selo da IG;</li> <li>6. Concorrência desleal;</li> <li>7. Atualização do sistema de rastreabilidade.</li> </ol>

Fonte: planos de ação do programa ALI/IG, 2024 – INPI, 2025b. Tabela elaborada pelo autor

A partir das informações levantadas no diagnóstico inicial, foi possível realizar uma primeira análise que buscou estabelecer a relação entre a estrutura básica de cada Indicação Geográfica (IG) — considerando elementos como presença de gestor, uso do sinal distintivo e articulação institucional — e sua capacidade de executar as ações propostas no plano de ação. Essa análise resultou na elaboração do Gráfico 1, que apresenta, de forma visual, como a solidez da estrutura interna das IGs pode influenciar diretamente o desempenho na implementação das ações planejadas.

Gráfico 1. Capacidade de realização das ações em relação a estrutura básica



Fonte: relatório de desempenho das IGs no Projeto ALI/IG, 2025. Gráfico elaborado pelo autor

A IG Campanha Gaúcha, certificadora de vinhos e espumantes, é a única entre as cinco que possui gestor, além de utilizar o sinal distintivo em seus produtos. Com efeito, mesmo tendo encerrado o projeto de forma antecipada, aos 12 meses dos 18 inicialmente previstos — em razão da saída da Agente Local de Inovação —, foi possível executar todas as seis ações planejadas. Em síntese, a análise confirma que a estrutura básica da IG exerce forte influência sobre sua capacidade de execução. A presença de um gestor e o uso efetivo do sinal distintivo estão associados a maiores índices de execução das ações propostas. Por outro lado, IGs com estrutura fragilizada tendem a enfrentar limitações práticas que comprometem a implementação de suas estratégias.

Ressalta-se, no entanto, que a figura do gestor da IG refere-se a um profissional específico, designado para atender de forma técnica e contínua às demandas da indicação geográfica. Na ausência desse profissional, as atribuições relacionadas à gestão da IG costumam recair sobre o presidente da associação de produtores, que, por sua vez, acumula funções administrativas da entidade com responsabilidades ligadas à sua própria atividade produtiva e à manutenção da IG.

A segunda análise consistiu em um levantamento de caráter qualitativo, realizado a partir da análise dos relatórios de atividades elaborados por cada Agente Local de Inovação (ALI) nas respectivas Indicações Geográficas em que atuaram. O objetivo dessa etapa foi

identificar as principais dificuldades enfrentadas durante a execução dos planos de ação ao longo do projeto. A partir dos relatos, foi possível compreender os entraves operacionais, institucionais e territoriais que impactaram o andamento das ações previstas. Os resultados dessa análise são apresentados a seguir:

Tabela 2. Impedimentos encontrados na realização do plano de ação

<b>Indicação Geográfica</b>	<b>Dificuldade Relacionada</b>	<b>Natureza do Problema</b>
Campanha Gaúcha	Conflito de agendas entre atividades simultâneas	Organizacional
Litoral Norte Gaúcho	Indisponibilidade dos membros-chave e na tomada de decisão	Institucional
Monte Belo	Atraso no atendimento às solicitações do agente	Operacional/Comunicação
Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	Baixa participação, adesão e retorno dos envolvidos	Governança e mobilização
Pelotas	Baixo engajamento dos membros nas ações	Mobilização interna

Fonte: relatórios de execução do projeto ALI/IG, 2024/2025. Tabela elaborada pelo autor

A análise qualitativa realizada com base nos relatórios dos Agentes Locais de Inovação (ALIs) possibilitou a identificação de dificuldades recorrentes enfrentadas pelas Indicações Geográficas durante a execução dos planos de ação. Apesar das especificidades de cada território, os relatos revelam obstáculos institucionais e operacionais comuns, relacionados principalmente à fragilidade da governança, à baixa participação dos atores locais e à lentidão nos processos decisórios. Essas dificuldades comprometem diretamente o ritmo de implementação das ações e, conseqüentemente, os resultados esperados do projeto.

No caso da IG Campanha Gaúcha, mesmo com o bom desempenho na execução das ações planejadas, foi relatado um conflito de agendas entre as atividades simultâneas. Esse fator indica que, embora a IG possuísse estrutura básica mais consolidada - com gestor ativo e sinal distintivo em uso -, ainda enfrentou desafios de coordenação e alinhamento entre os envolvidos.

Na IG Litoral Norte Gaúcho, o principal obstáculo apontado foi a indisponibilidade dos membros-chave para participação e tomada de decisões. Essa situação está diretamente associada à ausência de gestor e à governança fragilizada, refletindo a dificuldade da IG em manter um processo decisório ágil e eficiente. A baixa articulação interna compromete não apenas a execução das ações, mas também o engajamento da base associativa.

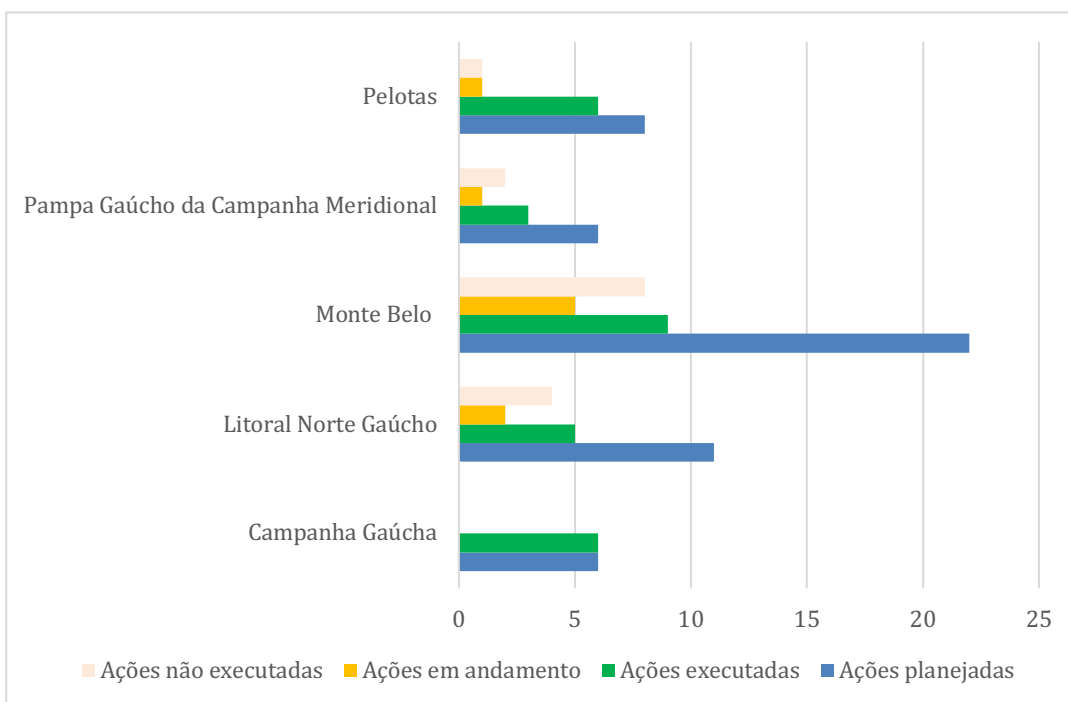
A IG Monte Belo, por sua vez, enfrentou atrasos no atendimento às solicitações do agente, o que demonstra lentidão nas respostas institucionais e dificuldade em estabelecer uma dinâmica fluida de trabalho colaborativo. Considerando a complexidade do plano de ação e a quantidade de ações previstas, essa morosidade impactou negativamente a execução, que ficou aquém do esperado mesmo com avanços importantes em comunicação e identidade visual.

No caso da IG Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, os relatos indicam baixa participação, adesão e retorno dos envolvidos, revelando uma fragilidade mais profunda na mobilização dos atores locais. A ausência de um gestor e de utilização do sinal distintivo contribui para a percepção de descontinuidade e desengajamento. Esse cenário reflete diretamente na dificuldade de construir uma governança ativa e comprometida com o desenvolvimento da IG.

Por fim, a IG Pelotas também enfrentou baixa adesão e engajamento dos membros na realização das ações. Apesar de apresentar bons resultados na execução do plano de ação, a limitação relatada sugere que os avanços ocorreram muito mais por esforço pontual do ALI e de poucos envolvidos do que por uma atuação coletiva e institucionalizada. Essa condição é preocupante, pois compromete a continuidade das ações após o encerramento do projeto.

Complementando a análise qualitativa das principais dificuldades enfrentadas pelas IGs durante a execução dos planos de ação, apresenta-se a seguir um gráfico mais abrangente, que contempla não apenas o total de ações planejadas e executadas, mas também aquelas que permaneceram em andamento ou que não foram executadas ao longo do período do projeto.

Gráfico 2. Desempenho geral das indicações Geográficas



Fonte: relatório de desempenho das IGs no Projeto ALI/IG, 2025. Gráfico elaborado pelo autor

Esse panorama permite uma visão mais completa do estágio de implementação em cada Indicação Geográfica e contribui para qualificar o entendimento sobre os avanços e os desafios enfrentados em cada contexto. Importante destacar que as ações classificadas como “em andamento” serão incorporadas à versão final do plano de ação, a ser entregue formalmente à IG, cabendo à sua governança a responsabilidade por sua continuidade e execução após o encerramento do projeto.

De forma geral, a análise feita até aqui evidencia que a efetividade dos planos depende de uma governança ativa, comprometida e participativa, capaz de articular agendas, tomar decisões com celeridade e mobilizar os atores do território. Os entraves identificados reforçam a necessidade de investir em ações formativas voltadas à cultura organizacional, gestão participativa e fortalecimento das lideranças locais como estratégias essenciais para a sustentabilidade das IGs.

### 3. Conclusão

A análise dos relatórios e da execução dos planos de ação revela uma dissonância entre a manifestação formal de interesse das Indicações Geográficas (IGs) em participar do Projeto ALI/IG - expressa, inclusive, por meio da assinatura de termos de compromisso - e a efetiva atuação ao longo da implementação das ações. Embora esse comprometimento inicial represente um avanço institucional e demonstre reconhecimento da importância da iniciativa, ele não tem sido, por si só, suficiente para assegurar a mobilização ativa e contínua dos atores durante o projeto.

A baixa adesão, o engajamento limitado de membros-chave, os atrasos em respostas e a dificuldade de articulação institucional observados em diversas IGs apontam para a necessidade de mecanismos complementares que deem concretude ao compromisso assumido. Para garantir a participação efetiva das Indicações Geográficas nas ações propostas pelos projetos de fortalecimento institucional, é necessário adotar mecanismos complementares à simples formalização do compromisso. Uma estratégia recomendada é a realização de encontros preparatórios obrigatórios com as lideranças locais antes do início das atividades, com o objetivo de alinhar expectativas, esclarecer responsabilidades e construir um plano de governança compartilhada. Além disso, a inclusão de cláusulas operacionais mais objetivas nos termos de compromisso pode contribuir significativamente para a efetividade da participação. Tais cláusulas devem prever obrigações mínimas, como a presença em reuniões, o retorno a demandas do projeto e a nomeação de interlocutores locais, bem como definir formas de acompanhamento e monitoramento dessas obrigações.

Outro ponto essencial é a criação de comitês locais de acompanhamento do projeto, compostos por representantes das IGs, agentes públicos e parceiros institucionais, para garantir a corresponsabilização e o acompanhamento contínuo das ações. Para fortalecer a base institucional e fomentar o protagonismo local, recomenda-se ainda a oferta de oficinas de formação em gestão participativa e liderança territorial, qualificando os membros das IGs para atuarem de forma mais ativa no processo de desenvolvimento. Por fim, o estabelecimento de indicadores de engajamento institucional, com avaliações periódicas, permitirá não apenas mensurar o nível de envolvimento das IGs, mas também revisar as estratégias de atuação sempre que os resultados indicarem baixa adesão. Essas medidas, articuladas, podem contribuir para fortalecer a governança e garantir a sustentabilidade das ações implementadas.

## Referências

BASTOS, Bruna Moura. *Plano de Ação – IG Litoral Norte Gaúcho: Projeto Indicação Geográfica – Bolsas de Inovação Territorial*. Palmares do Sul: SEBRAE/RS, 2024.

GIESBRECHT, H.; MINAS, R. *Os pequenos negócios e as Indicações Geográficas brasileiras registradas: transformações percebidas e aprendizados*. Erechim: Deviant, 2019.

GIACOMINI, Rafaela Xavier. *Plano de Ação – IG Campanha Gaúcha: Projeto Indicação Geográfica – Bolsas de Inovação Territorial*. Bagé: SEBRAE/RS, 2024.

INPI. *Indicação Geográfica: Guia básico*. 2025a. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/guia-basico>. Acesso em: 3 jun. 2025a.

INPI. *Pedidos de Indicação Geográfica no Brasil*. 2025b. Disponível em <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 3 jun. 2025b

LEÃES, Yasmim Sena Vaz. *Plano de Ação – IG Pelotas: Projeto Indicação Geográfica – Bolsas de Inovação Territorial*. Pelotas: SEBRAE/RS, 2024.

MAIORKI, Giovane José; DALLABRIDA, Valdir Roque. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. *Interações (Campo Grande)*, v. 16, n. 1, p. 13–25, jan./jun. 2015. DOI: 10.20435/151870122015101. Disponível em: <https://www.interacoes.ucdb.br/interacoes/article/view/46>. Acesso em: 05 jun. 2025.

MACIEL, Rodrigo Gisler. *Plano de Ação – IG Pampa Gaúcho da Campanha Meridional: Projeto Indicação Geográfica – Bolsas de Inovação Territorial*. Bagé: SEBRAE/RS, 2024.

MATOS, Karina Ferreira da Silva; BRAGA, Marcelo José; ALBINO, Pablo Murta Baião. Impacto das indicações de procedência no desenvolvimento municipal. *Colóquio – Revista do Desenvolvimento Regional*, v. 19, n. 1, p. 47–59, jan./mar. 2022. Disponível em: <https://revistas.faccat.br/index.php/coloquio/article/view/6266>. Acesso em: 26 jun. 2025.

NIEDERLE, Paulo André; MASCARENHAS, Gilberto Carlos Cerqueira; WILKINSON, John. Governança e institucionalização das indicações geográficas no Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 55, n. 1, p. 85–102, jan./mar. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/cvkvrD7vmN86zr5JXxq/>. Acesso em: 05 jun. 2025.

PELLIN, V. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. *Interações (Campo Grande)*, v. 20, n. 1, p. 63–78, jan./mar. 2019. Disponível em: <https://www.interacoes.ucdb.br/interacoes/article/view/1792>. Acesso em: 03 jun. 2025.

RANGEL, Rodolpho; CARVALHO, Sergio Medeiros Paulino de; CAROLINO, Jaqueline; GRASSI, Robson Antonio. Indicação Geográfica para além do registro: desafios e o papel dos Núcleos de Inovação Tecnológica. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL (SOBER), 61., 2024, Piracicaba. *Anais [...]*. Piracicaba: ESALQ/USP, 2024. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/sober2023/626147-indicacao-geografica-para-alem-do-registro--desafios-e-o-papel-dos-nucleos-de-inovacao-tecnologica>. Acesso em: 03 jun. 2025.

SEBRAE. *Guia de atuação: Agentes Locais de Inovação – Indicações Geográficas*. Brasília: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023.

SILVA, Fernanda Novo da; ANJOS, Flávio Sacco dos; CALDAS, Nádia Velleda; POLLNOW, Germano Ehlert. Desafios à institucionalização das indicações geográficas no Brasil. *Desenvolvimento Regional em Debate*, v. 2, n. 2, p. 31–44, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5708/570862005003.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2025.

TITTON, Glauber C. da Silva. *Plano de Ação – IG Monte Belo: Projeto Indicação Geográfica – Bolsas de Inovação Territorial*. Monte Belo do Sul: SEBRAE/RS, 2024.

UEDA, Vanda. *Território, desenvolvimento local e turismo: discutindo conceitos*. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2004. Disponível em: <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/77-territorio.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2025.

VIEIRA, A. C. P. et al. (Orgs.). *Desenvolvimento regional e indicações geográficas de café no Brasil: perspectivas pós-registro*. Erechim: Deviant, 2019.