



## INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS DE HOLAMBRA

*Geographical indication: flowers and ornamental plants from Holambra*

**Autor(es):** Milena S. Carvalho, Mayra S. Aprigio, Danielle M. T. Denny, Odaléia T. M. M. Queiroz

**Filiação:** Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz

**E-mail:** [denny.thame@usp.br](mailto:denny.thame@usp.br); [mayra.aprigio@usp.br](mailto:mayra.aprigio@usp.br); [milenacarvalho@usp.br](mailto:milenacarvalho@usp.br); [otmmquei@usp.br](mailto:otmmquei@usp.br)

**Grupo de Trabalho (GT):** GT4. Questão ambiental, agroecologia e sustentabilidade

### Resumo

O presente artigo tem por objetivo apresentar aspectos gerais das Indicações Geográficas (IG) na Europa e no Brasil, expõe, também, os desafios antes, durante e depois do registro das IGs no território brasileiro, e nestes três cenários realiza levantamento de variáveis que têm influência no processo, tais como a comunidade, a gestão corporativa, a negociação das partes interessadas e a legislação. Após esse levantamento inicial faz uma primeira verificação das possibilidades de registro de uma indicação geográfica em Holambra utilizando técnicas de pesquisa de estudo de caso com identificação dos agentes envolvidos na cadeia de flores e plantas ornamentais de Holambra, entrevistas e aplicação de questionários com o intuito de compreender o funcionamento dos acordos produtivos locais em termos de organização associativista, gestão e estratégias atuais. Foi constatado que há viabilidade, mas que é preciso seguir com os próximos passos desta pesquisa empírica para promover sensibilização, diagnóstico e fortalecimento das relações de identidade necessárias à boa gestão da IG. Este trabalho visa contribuir com o ODS 2, à medida que visa aumentar o valor e qualidade dos produtos da agricultura sustentável e assim contribuir para melhorar a renda dos produtores e acabar com a fome. Além disso contribui também para a ODS 8 (Trabalho Decente e Produção Sustentável) e ODS 12 (Consumo e Produção Responsável).

**Palavras-chave:** Indicação Geográfica, Governança, Associativismo Holambra, Flores e Plantas Ornamentais

### Abstract

*The objective of this article is to present a perspective on Geographical Indications (GIs) in order to provide a historical overview of their emergence in Europe and Brazil, and to present the challenges before, during, and after the registration of GIs in the Brazilian territory. Each of these three scenarios denotes the challenges of this settlement, and also examines how variables such as community, corporate management, negotiation of stakeholders, legislation, and others relevant to the execution of GIs impact their success or failure. Thus, the present literature review that addressed these parameters served as a basis for understanding how the origin and its challenges may impact the implementation of Geographical Indications in the city of Holambra (SP), considering the governance challenges and the socioeconomic context of the city, the knowledge of flower and ornamental plant producers, and their adherence to participate in the GI implementation process. Furthermore, after this survey, the first phase towards possible registration in the region was carried out, which is the identification of the agents involved in the flower and ornamental plant chain of Holambra, with the aim of*



*understanding its functioning in terms of associationism, management, and current strategies. The methodology was the case study to identify the possibility of recognizing a GI in Holambra. The conclusion was that it is possible, but that it is necessary to continue to promote awareness, diagnosis and strengthening of the identity bonds necessary for a good management of the GI.*

**Key words:** Governance, associativism, community, negotiation, challenges.

## 1. Introdução

A Indicação Geográfica (IG) é um registro que visa conceder proteção e reconhecimento a um produto ou serviço em decorrência de características únicas, isto é, o reconhecimento de um método produtivo particular que assegura suas particularidades em razão de sua origem ou localização geográfica. Há dois tipos de IGs: Denominação de Origem e Indicação de Procedência, elas representam o reconhecimento de um bem intangível em decorrência de fatores geográficos, isto é, qualidade atribuída por causa de variáveis condicionadas exclusivamente pelo local e reconhecimento do bem devido a circunstâncias do ambiente estando atrelado a extração de recursos, produção ou fabricação dando aos serviços ou produto uma visibilidade a mais no mercado, respectivamente.

A legislação que regula este tipo de propriedade intelectual é a Lei da Propriedade Industrial (nº9.279/1996), a mesma que trata da concessão das patentes, modelos de utilidade, desenhos industriais, marcas. As disposições legais, órgãos regulamentadores e dinâmica de aplicação da IG serão aprofundadas mais adiante no corpo do trabalho.

O presente trabalho se propõe a fazer uma exposição do histórico e das definições legais a fim de entender como se deu o surgimento e consolidação das IGs no contexto brasileiro e internacional, e como os órgãos brasileiros se articulam na aplicação do registro e no gerenciamento. Além disso o foi feito um aprofundamento de revisão bibliográfica acerca da região de Holambra e estudo de caso sobre a viabilidade de haver o registro de uma IG e/ou marca coletiva para flores e plantas ornamentais, considerando o contexto histórico e socioeconômico, utilizando a metodologia da identificação, sensibilização, diagnóstico e fortalecimento (ISDF) adotada pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA).

Assim, em vista da necessidade de um estudo sobre o potencial das flores e plantas ornamentais da cidade de Holambra, serem reconhecidas como IG, coube, portanto, neste presente artigo analisar os fatores geográficos, socioeconômicos, ambientais, corporativos e de apoio governamental que propiciam o desenvolvimento rural através destes produtos agrícolas. E considerando que Holambra já é conhecida como a “Cidade das Flores” dentro e fora do país por sua ampla força de trabalho qualificada e por ser a maior produtora de flores e plantas ornamentais da América Latina, encontrou-se a necessidade de mapear os elementos que causam tanto sucesso.

Isto posto, a principal conclusão deste estudo foi a de que existem elementos para fundamentar o registro de uma IG na região de Holambra, que já é notório o reconhecimento dessa localidade como produtora de flores e plantas ornamentais e que esse reconhecimento é originário do histórico de ocupação do território, do qual fazem parte os conhecimentos trazidos por holandeses, as diversas atividades relacionadas à floricultura que se instalaram ao redor e de diversas técnicas especificamente desenvolvidas para o cultivo de flores e plantas ornamentais que têm sido ali desenvolvidas e/ou aplicadas. Uma pressuposição da pesquisa é que a identificação e execução de uma IGs na região aumentaria o valor agregado dos

produtos, traria ainda mais reconhecimento à cidade e à profissão dos produtores, aumentaria o contingente de emprego em virtude de maior demanda, melhoraria os índices econômicos e a qualidade de vida da população, além de contribuir com a construção cultural da cidade.

Além desta introdução, o texto se divide em materiais e métodos utilizados para o desenvolvimento do trabalho, na exposição do histórico das IGs dentro e fora do Brasil, além da contextualização e descrição dos conceitos que permeiam o assunto, traz uma perspectiva dos desafios da governança no antes, durante e após registro das IGs, e por fim, apresenta o estudo de caso das flores e plantas ornamentais de Holambra. Assim, o texto se encerra expondo os resultados obtidos na primeira etapa da pesquisa e projeção dos próximos passos.

## 2. Materiais e métodos

Este trabalho tem o propósito descritivo e exploratório, usa abordagem qualitativa e quantitativa e os procedimentos de estudo de caso (YIN, 2014) e algumas técnicas de pesquisa participativa (THIOLLENT, 2018). Primeiramente, foi realizada uma revisão bibliográfica e documental para apresentar o aporte teórico relacionado às IGs. Na sequência, com base em procedimento adotado pelo MAPA, foram realizadas análises documentais e reuniões com pontos focais atuantes na localidade para identificar se a região de Holambra tem potencial de levar a cabo o registro de IG e/ou marca coletiva. A finalidade do presente estudo foi a de identificar possibilidades de se iniciar um processo de reconhecimento de uma IG para a região de Holambra como produtora de flores e plantas ornamentais. Tanto este primeiro como os próximos passos seguem a metodologia ISDF : identificar, sensibilizar, diagnosticar e fortalecer.

Esta pesquisa empírica é realizada pela academia em parceria com o poder público, especificamente o MAPA visto que este órgão tem como objetivo a promoção do desenvolvimento rural e sustentabilidade por meio de ações de fortalecimento das organizações produtivas; e é para que esta pudesse ser desenvolvida junto aos discentes do bacharelado em Administração para que os esforços fossem somados e que ambos participassem de toda a gestão do processo relativo ao potencial de criação da IG na localidade de Holambra (SP), interior do Estado de São Paulo, seguindo a metodologia ISDF.

Na fase de identificação, foram aplicadas entrevistas às lideranças locais da região com intuito de mapear indícios de viabilidade para a criação de uma IG em Holambra, conforme será melhor explicado ao longo do texto. A figura abaixo representa visualmente o processo da metodologia citada anteriormente.

Figura 1



Fonte: MAPA.



O presente texto refere-se apenas à primeira etapa da pesquisa, o estudo de caso para a identificação realizado entre agosto de 2022 e março de 2023. As próximas etapas serão realizadas oportunamente a partir dos próximos meses, como continuação da mesma pesquisa empírica.

### 3. Histórico

A identificação da origem de um produto é uma prática que provém da antiguidade, entretanto, os primeiros preceitos regulados atrelados às Indicações Geográficas (IG) surgiram com a Convenção de Paris - CUP em 1883, na medida em que previa a proteção da propriedade industrial. Posteriormente, o Protocolo de Madrid foi firmado a fim de mitigar as falsas indicações de proveniência. Sob esta perspectiva, entre a célebre CUP e o atual acordo Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, TRIPS (1994), que abarca o previsto na CUP e o estabelecimento da proteção de IGS, ocorre algumas definições relevantes em território brasileiro.

Na época do Brasil Império, surgiram especulações quanto à proteção da propriedade industrial e das marcas concomitantes ao que foi estabelecido na CUP. Já na República Velha, ocorreu a criação da Diretoria Geral de Propriedade Industrial (DGPI), incumbida de coordenar os direitos de propriedade industrial. Posteriormente, do ano de 1930 em diante, sobreveio algumas alterações nas legislações já existentes. Ademais, em 1971 a expressão “Indicação de Proveniência” foi substituída pela atual “Indicação de Procedência”. A posteriori ao Tratado TRIPS de 1994, no ano de 1996 foi promulgada a Lei da Propriedade Industrial (L9279/1996) - LPI, a qual dispõe sobre a regulação dos direitos e obrigações relativas à todos os tipos de Propriedade Industrial: patentes, desenhos industriais, marcas (inclusive as coletivas no art. 147), e indicações geográficas (nas modalidades indicação de procedência ou a denominação de origem) . Sobretudo, o órgão responsável pelos registros dessas Propriedades Industriais é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI.

O contexto das IGs requer um exame de seu histórico, a iniciar pelo entendimento de seu contexto internacional e posteriormente no Brasil, a fim de averiguar como se deu o processo de fortalecimento desta, contudo, cabe a presente revisão bibliográfica denotar o processo de desenvolvimento das IGs.

As IGs se consolidaram na Europa desde meados do século XVIII, onde produtos advindos de determinadas regiões eram valorizados e reconhecidos. Em consoante a isto, no ano de 1756, a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, de Portugal, estabeleceu-se como um mecanismo de identificação geográfica na medida em que pressionou o setor vitivinícola da época, com o intuito de garantir a qualidade dos produtos.

Posteriormente, em 1883, foi instituída a CUP - Convenção da União de Paris, a qual objetivava a proteção da propriedade industrial, espécie de direito que abarca as Indicações Geográficas. Desse modo, esta convenção estabeleceu mecanismos que se dizem a respeito ao uso ilegal das Indicações de Procedência, na medida em que não deveria haver o uso destas em produtos que não eram provenientes da região denotada. Sobretudo, as emendas promulgadas na Convenção vigoram até os dias atuais, em sua versão de Estocolmo (1967).

Como mencionado anteriormente, as IGs na Europa alcançaram êxito há algum tempo. Este reconhecimento, especialmente nos países que compõem a União Européia, foi propulsor de mudanças significativas, tal que influenciou positivamente a estrutura mercadológica do continente.

Outrossim, é sabido que muitas regiões produzem os mesmos produtos há mais de meio século. Desta forma, é possível considerar que a tradição e a valorização são uns dos



principais elementos que caracterizam uma IG. Além disso, no território continental, há investimentos efetivos que envolvem esta espécie de propriedade industrial, objetivando reconhecer, assegurar a manutenção, promover os benefícios e preservar os produtos típicos regionais com viés mais sustentável de desenvolvimento econômico e melhora de vida da população local.

Ademais, haja vista mais da metade da população comunitária viva em propriedades rurais, a promoção de políticas públicas se faz pertinente, visto que é um ferramental que contribui para o desenvolvimento rural, tal que contribui para a melhora da qualidade de vida de maneira a integrar o turismo e assegurar a produção da biodiversidade. Dessa forma, a iniciativa de promover as IG, é considerada como um mecanismo multifatorial de desenvolvimento sustentável.

Sob esta perspectiva, o papel das IGs na Europa, especificamente na União Européia, denota a conservação do patrimônio cultural, as tradições e os recursos naturais de cada região. Além disso, promove valor, como uma medida de assegurar as características singulares e típicas aos consumidores potenciais. Nesse sentido, há Grupos de Ação Local, da União Européia que investigam e analisam possíveis locais para a concessão de uma nova IG, a fim de dinamizar os locais que detêm menos competitividade. Ademais, a título de exemplo do êxito das IGs no continente europeu, no final do ano de 2018, a União Européia contava com 3.872 Indicações Geográficas, onde a maior parte foi concedida ao setor vitivinícola (ORIGIN, 2019).

Já no Brasil, apesar de permear certa notoriedade entre os produtores, o exercício da atividade de fomento às IG ainda estão no estágio embrionário, visto a inexistência de uma política pública sistemática de longo prazo em prol da expansão e do fortalecimento desta propriedade intelectual. Isso pode ser decorrência de um lapso histórico, enquanto no continente europeu a primeira IG foi “concedida” no ano de 1870, ao Vinho do Porto, apenas 132 anos depois o Brasil teve sua primeira concessão de IG, à região do Vale dos Vinhedos.

Concorde ao que foi dito anteriormente, no território brasileiro, o MAPA, é o órgão que coordena as iniciativas que dizem respeito às IGs, sendo assim, é responsável pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária, bem como pelo fomento do agronegócio e pela regulação e normatização de serviços vinculados ao setor. O MAPA confere em suas atividades perspectivas que abarcam o desenvolvimento da sustentabilidade e a competitividade.

Neste contexto, a fim de favorecer o desenvolvimento territorial e a garantia alimentar, a análise e prospecção de potenciais IGs atua como um mecanismo para este propósito. Dessa forma, as IGs operam para estimular a economia local e a expandir o território, bem como promover as práticas sustentáveis. Consoante à atuação do MAPA, podemos elencar a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) na concessão do selo das IGs para os vinhos produzidos na região do Vale dos Vinhedos, a primeira Indicação de Procedência registrada no ano de 2002. A conclusão deste processo colaborou para o aprimoramento da qualidade dos produtos e elevação da competitividade no mercado, bem como auxiliou na expansão e desenvolvimento do território, além de corroborar para a promoção do enoturismo e enogastronomia. O êxito logrado nesta região atua como uma experiência replicável de sucesso.

Ao entrar em contato com a equipe de marketing do Vale dos Vinhedos, com base nas informações cedidas, pode-se perceber os impactos positivos após o reconhecimento da região. Especialmente relacionadas: à elevação da autoestima do produtor ao se deparar com a valorização de seus produtos; ao estímulo na melhoria qualitativa da produção; ao investimento em incrementos tecnológicos; à valorização das propriedades além da





valorização mercadológica; à preservação das características típicas; e ao aumento de novos empreendimentos que corroboraram para o crescimento do nível de empregabilidade da região.

Entretanto, a região exprime alguns pontos negativos, tal como: a ameaça à paisagem vitivinícola; a carência na infraestrutura; o uso indevido da IG; e a falta de conhecimento pelos atuantes na cadeia produtiva, isto posto, considera-se que a falta de entendimento pelas partes interessadas impactam diretamente nos aspectos negativos apontados.

#### **4. Contextualização e conceitos**

Concordante ao discorrido anteriormente, segundo o manual de Indicações Geográficas proposto pelo INPI a IG se caracteriza como um instrumento de propriedade industrial que busca distinguir a origem geográfica de um determinado produto ou serviço. Isto posto, as IGs tem duas espécies definidas na Lei da Propriedade Industrial. O artigo 177 da LPI considera Indicação de Procedência (IP) o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. O artigo 178 da LPI, por sua vez, dispõe da Denominação de Origem (DO), a qual considera o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (INPI).

Ademais, há na legislação brasileira também a possibilidade de proteção mediante as Marcas Coletivas que se de certa forma se assemelham às IGs, pois são de titularidade de um grupo, têm a função de identificar serviços e produtos de uma entidade coletiva que é titular da marca coletiva, a quem compete o uso, de acordo com os termos de um estatuto, da reconhecida e registrada marca coletiva. Enquanto isso, diferentemente das marcas coletivas, as IGs, conforme a Instrução Normativa de número 25/2013 do INPI, possuem o objetivo de proteger um nome geográfico, uma região, e não o direito de uma entidade que levou a registro um sinal distintivo. A marca coletiva protege o sinal distintivo de produto ou serviço e a IG o território. Em ambos casos o uso é autorizado a um grupo de pessoas.

Nesse sentido, a legislação atua por meio de Tratados internacionais, Leis, Portarias, Resoluções, Instruções normativas, Comunicados, Decretos, Notas técnicas e Erratas CPAPD (Comitê Permanente de Aprimoramento dos Procedimentos e Diretrizes de Exames de Marcas) com intuito de resguardar e assegurar os direitos concernentes ao registro e continuidade das IGs no território brasileiro. Ademais, a atuação governamental se faz presente através da atuação do MAPA no fomento às IGs e Marcas Coletivas através de ações que incentivam o uso destes para produtos agropecuários com intuito de promover a sustentabilidade e desenvolvimento rural.

Assim, cabe ao MAPA realizar um levantamento e identificação de regiões e produtos com potencial para registro. Estudar e diagnosticar as cadeias produtivas correspondentes, promover, divulgar, esclarecer e orientar a respeito das marcas e IGs para produtores, técnicos, extensionistas e consumidores. Apoiar projetos, monitorar e engajar as organizações produtivas que utilizam signos coletivos que lhes são próprios. E emitir instrumentos oficiais para o registro de IGs.

Para tanto, o órgão opera por meio de Superintendências Federais de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SFAs) localizadas em cada estado e age por meio da metodologia ISDF: para identificar, sensibilizar, diagnosticar e fortalecer. Desta forma, produtos e/ou regiões com potencial são identificadas, os agentes são mobilizados e sensibilizados para que



possam compreender a dinâmica do processo do qual estão participando, em seguida é realizado o diagnóstico da participação dos envolvidos, e por fim ocorre o registro e as relações são mantidas de forma contínua.

## 5. Desafios de governança

Em vista às interações sociais, técnicas e econômicas, as IGs servem para proteger a reputação da origem geográfica de um bem de modo que lhe seja atribuída uma propriedade intelectual com respaldo legal. Além de resguardar os usuários autorizados contra as fraudes, esta identificação visa melhorar a competitividade e a lucratividade dos produtos e serviços no mercado, propiciando a promoção deles de formas diferenciadas. Contudo, em detrimento das diversas variáveis que impactam na construção das IG, cabe entender a visão das inúmeras entidades, sejam elas governamentais ou não, e quais são os desafios que a governança enfrenta para que haja o registro, administração e promoção das IGs.

Um levantamento realizado por MEDEIROS e PASSADOR (2021) aponta que as IG's têm se tornado uma ferramenta política com intuito de atingir diversos objetivos públicos, nesse sentido, além do estado e agências de financiamento, os agentes locais como sindicatos e ONGs também têm se mobilizado, dentre elas o Centro Francês de Pesquisa Agrícola para o Desenvolvimento Internacional (CIRAD) e Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação são órgãos que compõem a rede de agentes com interesse por esta nova vertente de pesquisa que as IGs têm possibilitado.

O desenvolvimento das indicações geográficas estão ligadas não somente às dimensões reais, tais como características do bem, mas também com os fenômenos simbólicos no qual ele está envolto, sendo a história, habilidade dos produtores, costumes e cultura das comunidades locais. Assim, é necessário compreender duas linhas de atuação: (1) os recursos locais e (2) regras e normas que regem a composição simbólica.

Os recursos locais se encontram ligados ao que se denomina como “terroir”, uma palavra de origem francesa que expressa o que é natural e tradicional sempre remetendo a origem, desta forma, toda a roupagem histórica, cultural e costumes corroboram para a construção da imagem impactando diretamente no selo de denominação de origem. Já as regras e normas regem questões mais objetivas como manejo do produto, processo produtivo, governança corporativa e outras prescrições que devem ser seguidas para que o bem se enquadre na categoria de registro de indicações geográficas e fazendo com que o valor agregado do produto seja elevado, impactando assim na dinâmica de mercado.

Dado o impacto mercadológico que as IGs proporcionam aos produtos e serviços, em decorrência dos recursos locais e elementos culturais que a significam, segundo MEDEIROS e PASSADOR (2021) é perceptível o impacto que os produtos fruto de Denominação de Origem e/ou Indicação de Procedência geram na esfera econômica, social, ecológica e cultural por reunir todos estes elementos e fazer com todos estes, em conjunto, impactem na dinâmica comercial, além de proporcionar reconhecimento para determinado local e corresponder aos anseios dos consumidores.

Ademais, salientando o papel da governança corporativa, os aspectos que envolvem o manejo até a produção ocorre sob o controle de regras que visem assegurar a qualidade do produto a fim de manter o título de IG, contudo, este controle transcende as questões sanitárias básicas e tem por objetivo também perpetuar elementos diferenciais tais como a experiência, a qualidade diferenciada e a ligação cultural do ambiente com produto, fazendo com que os fatores humanos sejam considerados no constructo de todas as movimentações até a concretização daquilo que resultou o título de IG.



No entanto, cabe destacar que o reconhecimento não indica necessariamente plena superioridade do produto frente aos concorrentes do mercado, ademais no monitoramento do processo produtivo pode haver falhas e inconsistências até mesmo nos países que possuem uma tradição consolidada. A efetividade das associações se encontra diretamente ligada ao sucesso do produto enquanto IG e assim passa a ganhar valor no mercado, dessa forma a IG possui a intencionalidade de ser um instrumento impulsionador da dinâmica comercial, atendendo as expectativas do mercado consumidor e expandindo o reconhecimento no mercado. E ainda, as ações veiculadas por meio das Indicações Geográficas rumo a melhor coordenação do sistema comercial favorecem o social, o econômico, o cultural e o ecológico, por gerar uma mobilização coletiva, por melhorar o valor agregado do produto, por criar e dar continuidade a traços históricos e culturais e por propor uma nova forma de pensar a utilização dos recursos para ofertar o produto com menor impacto ambiental.

Entretanto, o processo do registro das IGs e até mesmo o período anterior a esta escrituração resulta em diversos cenários, desta forma as ações desempenhadas a fim de tornar conhecida a IG são distintas ao decorrer de todo o percurso, e os ditos “moderadores” são os fatores que afetam o sucesso ou não dos resultados finais. Desta forma, o quadro 1 exemplifica as ações desempenhadas pelos interessados na certificação IG e os possíveis resultados positivos, e o quadro 2 denota a situação semelhantemente, mas trazendo a tona os possíveis resultados negativos, cujos moderadores são canais determinantes nos resultados antes, durante e após o registro.

**Quadro 1**

| Ações |                                                                                                                                                                                                           | Moderadores                                                                         | Possíveis Resultados (Positivos)                         |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
|       | <div>Organização coletiva dos produtores (A1)</div> <div>Formalização do processo (A2)</div> <div>Demarcação da área geográfica (A3)</div> <div>Estabelecimento de regras do sistema produtivo (A4)</div> | Participação efetiva (M1)                                                           | A confiança é construída e o conhecimento é trocado (R1) |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Canais de comunicação (M2)                                                          | O capital social é construído (R2)                       |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Negociação (M3)                                                                     | O capital humano é construído (R3)                       |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Suporte técnico (M4)                                                                | Imagem positiva (R4)                                     |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Governança de IG (M5)                                                               | Acesso ao crédito (R5)                                   |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Estratégias apoio e divulgação para territórios, produtores de produtos com IG (M6) | Novo investimento (R6)                                   |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Diminuição da assimetria informacional/confiança (M7)                               | Economia de escala (R7)                                  |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Os efeitos da globalização são mitigados (M8)                                       | Re (inclusão) de processos e contexto social (R8)        |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Proteção legal (M9)                                                                 | Identidade fortalecida e empoderamento (R9)              |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Reconhecido e valorizado                                                            | Recursos preservados (R10)                               |
|       |                                                                                                                                                                                                           | Acesso a novos mercados e meios de distribuição (R11)                               |                                                          |





|  |                                                                                                    |                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Conselho regulador organizado (A5)<br><br>Controle de conformidade (A6)<br><br>Registro usado (A7) | pelos produtores (M10)<br><br>Reconhecido e valorizado pelos consumidores (M11) | Oferta especial (R12)<br><br>Estabilidade de preços (R13)<br><br>Aumento da demanda e produção (R14)<br><br>Inovações (R15)<br><br>Infraestrutura criada (R16)<br><br>Aumento de valor da terra (R17)<br><br>Empregos diretos e indiretos gerados (R18)<br><br>Lealdade do consumidor (R19)<br><br>Aumento de renda para os produtores (R20)<br><br>Diminuição da emigração rural (R21)<br><br>Redução da pobreza (R22)<br><br>Qualidade de vida melhorada (R23) |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fonte: Elaborado pelos autores.

**Quadro 2**

| Ações                                    |  | Moderadores                                                  | Possíveis Resultados (Negativos)                                            |
|------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Organização coletiva dos produtores (A1) |  | Falta de canais de comunicação (M1)                          | Ausência de conhecimento da IG (R1)                                         |
| Formalização do processo (A2)            |  | Falha na mobilização dos produtores, cooperativas, etc. (M2) | Os produtores passam a ser excluídos do processo de fomento das ideias (R2) |
| Demarcação da área geográfica (A3)       |  |                                                              |                                                                             |



|  |                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Estabelecimento de regras do sistema produtivo (A4)                                                | Ausência de negociação (M3)<br><br>Internalização do propósito por parte da organização externa e não pelos produtores (M4)<br><br>Falta de capacidade técnica do produtor (M1.1)<br><br>Predomínio de interesse próprio (M2.2) | Os produtores passam a ser excluídos do processo da área com IG (R3)<br><br>Capacidade produtiva menor (R4)<br><br>Competição estimulada (R5)<br><br>Benefícios distribuídos de forma desigual (R6)<br><br>Oportunismo (R7)<br><br>Excesso de consumo de produtos por parte dos consumidores (R8) |
|  | Conselho regulador organizado (A5)<br><br>Controle de conformidade (A6)<br><br>Registro usado (A7) | Falta de engajamento e saída de pessoas/instituições importantes (M7)<br><br>Predomínio de interesse próprio (M8)<br><br>Inflexibilidade a mudanças (M9)<br><br>Governança fraca (M10)                                          | Padrões produtivos torna-se diluídos (R9)<br><br>Reputação diluída (R10)                                                                                                                                                                                                                          |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Realizada a análise dos quadros acima, 1 e 2, que denotam as possíveis causas e consequências acerca do registro de indicações geográficas cabe portanto a análise de cada um destes componentes referenciados acima. E ainda, cabe destacar que este processo não ocorre de modo linear e fidedigno como explanado no quadro acima, pois há muitas variáveis, dentre elas, a gestão, acesso à informação e capacidade técnica, que podem influenciar êxito ou insucesso do registro e após o mesmo.

As regras para a implementação de uma IG varia de acordo com cada país, desta forma, cada órgão irá dispor as diretrizes a serem seguidas, assim posto, há a necessidade de uma organização coletiva dos produtores da qual o produto/ serviço se encontra atrelada uma vez que se trata de uma entidade coletiva, logo se faz necessário que as decisões relacionadas a delimitação da área, custos, especificidades do produto, e outras correlatas sejam tomadas em conjunto. Nesse sentido, a negociação entre as partes é de suma importância, pois além das questões burocráticas que devem ser resolvidas pela coletividade, os interesses de todos devem prevalecer para haver uma participação efetiva do todo. Durante o debate situações conflituosas podem surgir e por isso a negociação e transparência é importante para prevalecer a participação de todos.

A criação de uma associação (M1), a comunicação das necessidades (M2) e a negociação (M3) é uma dinâmica árdua e que demanda tempo, por isso a construção de um ambiente sólido é importante para a melhoria do associativismo, que permite a organização de relacionamentos mais duradouros, e do capital humano, que possibilita o desenvolvimento de



conhecimentos e atitudes, pois estas ações favorecem a longevidade da IG e das relações dos envolvidos. Posteriormente, se faz necessário a comprovação do vínculo do produto com seu local de origem e é neste momento que os recursos locais (produtores, comunidade) se juntam para fornecer documentação juntamente com a equipe técnica de diversas áreas de formação que somam esforços para provar a denominação de origem. Ademais, outros agenciadores tais como institutos de pesquisa, ONGs, entre outros, contribuem para o fomento das IGs.

Após a formalização do processo e negociação entre as partes, as regras do jogo passam a ser descritas para que haja a identificação do que se configura dentro dos requisitos da IG e delimitação do território. Esta segunda costuma ser polêmica, porque na maioria das vezes há conflito de interesses, pois há produtores que não seguem o padrão de qualidade, mas desejam ser incluídos na associação visto que acreditam estarem sendo prejudicados pelos “vizinhos concorrentes” se não estiverem no mesmo patamar de reconhecimento. Considerando este cenário, a ausência de uma negociação eficaz, o protagonismo de outras entidades e a falta de interesse em reunir documentos que comprovem a delimitação da área são barreiras que impedem a consolidação do reconhecimento de uma IG.

O êxito da IG enquanto ferramenta de transformação comercial, cultural, ambiental e social está atrelada às regras que por diversas vezes têm sua estrutura modificada em virtude do nome do documento que registra estas regras, pois cada um deles pode demandar exigências distintas, por exemplo, os nomes tais como “Código de Conduta”, “Estatuto”, “Acordo” exprime requisitos distintos em cada um dos documentos, logo a não padronização das obrigações colocam em dúvida a credibilidade e as atribuições da IG e isto pode vir a implicar a imagem/reputação após seu registro. Logicamente a IG está diretamente ligada à gestão coletiva e ao *terroir* e por isso a necessidade de balancear anseios pessoais com os preceitos normativos para que não ocorra divergência semântica na hora de estabelecer as regras dos documentos e na prática da aplicabilidade e uso da IG. Manter a versatilidade no ato de negociar, a fim de estabelecer regras e prioridades, depende do comprometimento dos envolvidos com os “formalismos” e custos de processamento (psicológicos, estruturais, organizacionais, competências etc). Nesse cenário, é cabível e interessante a participação estatal como mediadora de relações a fim de melhor direcionar os envolvidos e atingir objetivos de cunho governamentais em prol da sociedade.

Já com relação ao processo durante e pós registro, os desafios são estabelecer conexão com o Conselho Regulador, implementar e monitorar a IG e usar a IG como instrumento de marketing e comercial. Esta organização, associada com estratégias e boas práticas, discussão das regras e promoção da marca são condições iniciais para que se obtenha sucesso inicial dentro do contexto das IGs. Dependendo da dimensão e a forma como ela é tratada ela pode levar ao conhecimento desse título a outros produtores e com a difusão de conhecimento as informações podem chegar a outros agentes de mercado de forma mais igualitária e elevar a imagem da IG frente aos consumidores e produtores.

Os mecanismos de governança da IG se encontra diretamente ligada a algumas variáveis locais, ou seja, para que se obtenha um desenvolvimento técnico e econômico na região a partir do registro há a necessidade da boa organização e articulação entre agricultores, além de estes se adaptarem às preferências dos consumidores, as regulamentações e aos custos. Outros fenômenos externos ao controle de um dado local, tais como políticas públicas, perfil de consumo, renda do indivíduo e cenário econômico, possuem também uma grande influência na estruturação das IGs, por exemplo, o Estado enquanto um fator exógeno, isto é, na figura de interventor, regulamentador, provedor e prestador serviços à sociedade, além de atuar como moderador das relações comerciais, conforme as disposições jurídicas, deverá fornecer respaldo legal as IGs para que elas estejam



protegidas diante das falsificações e para atribuir o reconhecimento que lhe é devido, ademais, subsidiar qualquer evento que favoreça o desenvolvimento regional por meio das IGs se faz presente nas obrigações administrativas da esfera governamental. Contudo, o papel estatal varia a cada país no que tangencia aos regramentos, mas o que deve prevalecer é a preservação da identidade cultural do território como estratégia de intervenção no sistema produtivo.

Mas se o Estado se eximir de atuar com a vertente rural ou se os produtores não tiverem um elo bem consolidado entre si o progresso se torna limitado, ainda que a IG estimule a evolução técnica e econômica, ela pode gerar segregação justamente por impor, mesmo que implicitamente, uma adaptação aos novos moldes produtivos fazendo com que a cadeia se desestabilize e as relações entre os produtores sejam abaladas. A falta de sinergia pode ocasionar, em alguns casos, fraudes, produção de produtos com qualidades inferiores e resultados desiguais, deste modo, é relevante que o poder público evidencie pautas políticas, éticas e econômicas às quais estejam intimamente ligadas com as IGs e o seu potencial como veículos para o desenvolvimento local e principalmente para o setor agroalimentar e também atue como moderador em toda a cadeia.

A atuação da IG abrange um nicho específico por não ser amplamente reconhecida e praticada no mercado, e que a nível de mercado estaria, claramente, sujeito aos critérios de implementação de uma IG e a uma re-adaptação do arranjo produtivo (logística, gestão, técnicas de processamento, etc.), dessa forma se faz presente mesmo que implicitamente a ideia de desenvolvimento. Ademais, o conceito de IG representa para as partes interessadas estratégias de mercado (branding, publicidade, e outros), para os produtores uma forma de estratégia comercial e valor simbólico, para além disto têm-se preservação do meio ambiente e do patrimônio local de modo que os produtos sejam integrados aos processos naturais e ao contexto histórico do território. Desta forma, é esperado que com a expansão da IG haja um maior incentivo pela preservação da biodiversidade, da cultura e da história.

Todavia, todo e qualquer êxito proporcionado pelas IG depende de sua viabilidade no mercado enquanto IG propriamente dita para tanto o produto deve ser reconhecido pelos clientes e satisfazer as suas necessidades. Seu registro demonstra uma forma de diminuir o desequilíbrio informacional uma vez que aumenta a confiança de quem consome, permite gerar uma nova marca no mercado, torna-se uma estratégia de marketing e vira estratégia competitiva frente ao comércio internacional de produtos agrícolas, alimentícios, entre outros, e ainda vale considerar a preferência do consumidor dado a percepção de qualidade.

Além destes benefícios a identificação de valores econômicos em determinado local através da IG é um meio de estimular o desenvolvimento econômico da região, de melhorar a qualidade de vida dos produtores, a logística, e outros diversos outros pontos relacionados à infraestrutura, nesse cenário, a diversificação empresarial aumenta o desejo de fixação no território além de reduzir os índices de emigração, que na maioria das vezes é rural (MEDEIROS, PASSADOR, 2021). Contudo, os agentes de fomento para o desenvolvimento, geralmente representados por órgão estadual ou empresa de consultoria, podem agir de modo muito incisivo durante o processo e após o registro da IG “pular fora do barco” e isso ocasiona numa dissipação das informações coletadas e os produtores não internalizam o propósito do projeto e não se sentem engajados para dar continuidade, e com isso o ganho do “selo IG” passa a ser algo banal e não gera relevância para aqueles que o possuem (produtores) e para aqueles que deles o consomem (público-alvo).

Há casos que revelam o não conhecimento ou conhecimento difuso sobre as IGs por parte dos consumidores tanto na Europa quanto em países que se encontram na fase de implementação destas, nesse sentido por mais que haja um bom marketing, geração de renda



para os envolvidos, boa governança corporativa, a valorização do produto não gera um desenvolvimento territorial de fato e sim desigualdade de distribuição de recursos, cuja desigualdade pode estar atrelada à falta de intervenção governamental como papel de intermediador de interesses ou à falta de estímulos de comércio justo, desta forma se torna notório as negativas relacionadas às IGs quando inseridas no sistema e não muito bem aplicadas e/ou monitoradas.

Por fim, há indícios de que o reconhecimento e valorização das IGs reverbera em ganhos, que por outro lado, pode resultar em demanda excessiva, oscilações de preços, falta de estoque, e ainda pode levar a oportunismos tais como falsificações, abusos e usos indevidos. Toda a conjuntura do sistema se encontra intimamente ligada aos envolvidos e as ações de governança tomadas que determinam o sucesso ou fracasso do que se espera de uma IG. A exposição dos prós contras denota os fatores críticos à execução de todo o desenvolvimento das IGs e de sua relação com o local, conhecimento técnico e custo de processamento que permeia a sua construção.

## **6. Estudo de caso: flores e plantas ornamentais de Holambra**

Segundo os dados apresentados pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - CEPEA em parceria com o Instituto Brasileiro de Floricultura -IBRAFLOR, no ano de 2017, o PIB da Cadeia de Flores e Plantas Ornamentais foi de 7,6 bilhões, no segmento de agrosserviços foi o setor com a maior agregação de valor ao PIB, representando 45%, CEPEA e IBRAFLOR (2017).

Além disso, no território brasileiro, a atividade é desenvolvida, geralmente, em pequenas propriedades. De acordo com Francisco *et al.* (2003), o estado de São Paulo, em especial, apresenta grau elevado de associativismo, e esta condição colabora diretamente para uma maior interação tecnológica dos aspectos de produção e gestão. Usualmente, aqueles com enfoque no mercado interno possuem mais interação com associações e cooperativas, podemos elencar a AAFHOL - Associação de Agricultores Familiares de Holambra com 10 associados, as quais possuem treinamento e acesso ao crédito. Já os voltados para o mercado externo, que são poucos, possuem uma estrutura empresarial diferenciada. Ademais, a comercialização e distribuição destes produtos ocorre através das centrais de comercialização, como a cooperativa Veiling.

Em consoante ao que foi citado acima em relação ao setor, é de suma importância destacar a atuação do estado de São Paulo, visto que o território é o maior produtor e exportador do Brasil, especialmente os municípios de Holambra e Atibaia, onde a área de produção é de, respectivamente, 397,1 e 891,5 hectares de flores de corte, flores ornamentais, floricultura de vaso, crisântemo e rosa.

A localidade de Holambra, em especial, possui mais de 300 unidades de produção e é sede para diversas empresas e atividades que atuam no setor. Nesse contexto, há algumas cooperativas que operam na produção e comercialização de flores e plantas ornamentais. Em termos quantitativos, a cooperativa que mais se destaca é a Veiling, além de possuir um grande número de cooperados. Ademais, a região possui relação intrínseca com as cidades de Santo Antônio de Posse e Arthur Nogueira, uma vez que há diversos prestadores de serviço e empresas atuantes nessa cadeia produtiva, inclusive várias de grande porte do ramo nestas localidades.

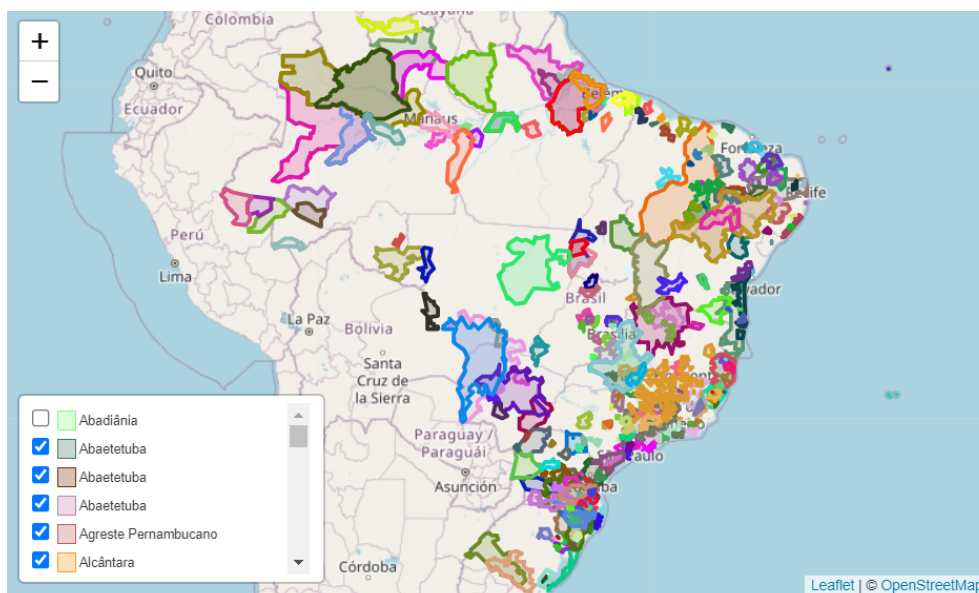
Historicamente, tendo em vista que o município de Holambra foi colonizado por holandeses, é possível compreender o motivo pelo qual a economia da cidade se estrutura



nessa atividade, uma vez que a arquitetura, os eventos, os costumes e a cadeia produtiva foram herdadas desta nação que possui o cultivo de flores como característica.

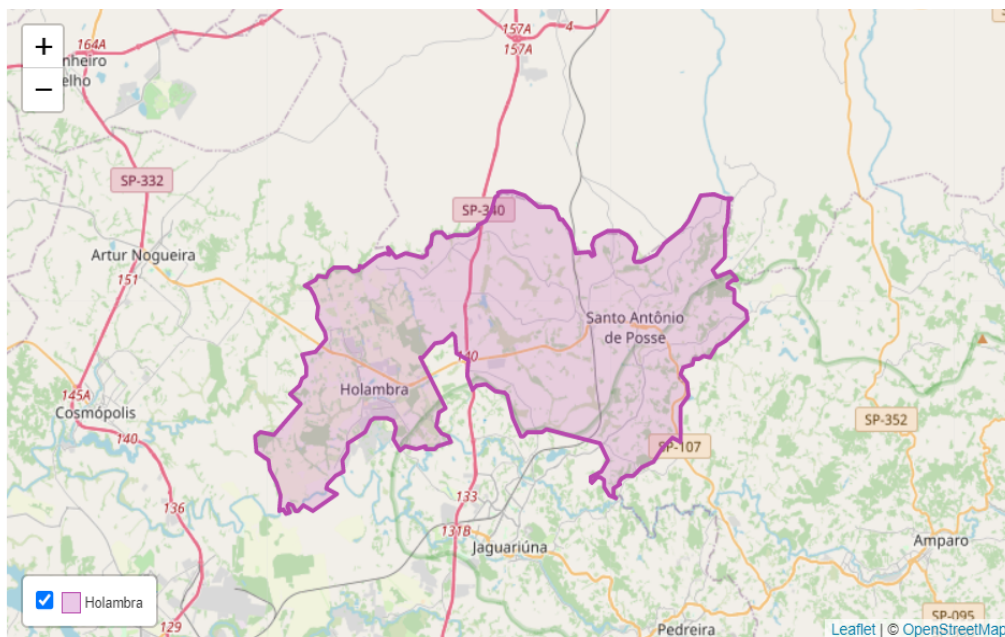
Outrossim, o evento Expoflora, que ocorre entre o mês de agosto e setembro anualmente, é considerado a maior exposição de flores e plantas ornamentais da América Latina. Isto posto, é possível visualizar o quanto o evento potencializou a economia do município, uma vez que contribuiu na ampliação do conhecimento da cidade fora do entorno regional na medida em que recebe mais de 300 mil visitantes por ano apenas neste período. O MAPA dispõe de um mapa interativo que aborda os signos distintivos já registrados e os produtos potenciais espalhados pelos cinco agrupamentos de unidades da federação. Segundo o MAPA, os produtos agropecuários foram destacados por fazerem parte do âmbito de atuação do Ministério, bem como devido à importância social, cultural e econômica para suas regiões. Vale lembrar que, à medida que novos produtos forem identificados ou registrados pelo INPI, este mapa será atualizado.

O mapa a seguir apresenta os signos distintivos já registrados e os produtos potenciais, onde cada coloração representa uma região já registrada ou um produto potencial. Além disso, o mapa interativo permite que seja filtrada a visualização a partir da seleção escolhida.



Fonte: MAPA, 2022.

Sob esta perspectiva, conforme discorrido anteriormente, este trabalho aborda a potencialidade da concessão de uma IG para a região de Holambra. Dessa forma, ao manipular o mapa interativo, obtém-se a delimitação aproximada da região de Holambra e de Santo de Posse denotada pelas Flores como produto potencial, na classificação de Plantas Ornamentais e Flores, do tipo Agroalimentar.



Fonte: MAPA, 2022.

Desse modo, conforme o produto potencial delimitado pela Coordenação de Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG) do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, junto às Divisões de Desenvolvimento Rural (DDR) nas Superintendências Federais de Agricultura (SFA) em seus respectivos Estados e no Distrito Federal, bem como outras instituições parceiras, a concessão de uma IG para a região de Holambra se faz pertinente, visto que é um mecanismo para certificar a origem das Flores e Plantas Ornamentais, bem como atuar como um fator decisivo para o desenvolvimento sustentável do setor de horticultura ornamental na região, além de conservar os vieses culturais, sociais e tradicionais característicos da localidade. Sobretudo, opera como uma estratégia para ampliar o mercado consumidor, estimular a economia local e promover o turismo.

Segundo Gil (2014), a entrevista é uma das técnicas mais usadas na coleta dos dados no domínio das ciências sociais, e uma forma de interação social em que uma das partes se apresenta como fonte de informação e a outra busca coletar dados. Deste modo, tendo em mente esta premissa, como parte da primeira fase da pesquisa ocorreram entrevistas com o MAPA, com a Hórtica Consultoria e com a Ceafloor com intuito de compreender as dificuldades da governança considerando o contexto socioeconômico local através dos elos atuantes da cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais.

No início das respectivas entrevistas, buscou-se dos entrevistados qual o entendimento deles em relação a particularidade de Holambra para que pudesse ser concedida uma IG para o município e arredores. Assim, decorrente das entrevistas realizadas, a principal contestação foi: a particularidade de Holambra se dá à nucleação de vários agentes do mercado de flores, e não acerca da produção, como foi cogitado anteriormente. Dessa forma, ainda que a produção seja extensa e vastamente conhecida, a notoriedade da região se diz respeito à dinâmica estabelecida pelos acordos produtivos locais que se complementam e facilitam a produção no que tange a comercialização, a distribuição, o transporte e a exportação, segundo os entrevistados.

Em consoante a isto, quando contactados via e-mail, alguns entrevistados demonstraram entendimento de que a articulação para a criação de uma IG deveria ser de interesse da Prefeitura do município de Holambra ou do poder público e não propriamente



deles, iniciativa privada. Outros entrevistados, manifestaram preocupação, visto que eles teriam trabalho e custo para obter o reconhecimento de algo que na prática já acontece. Conforme elencado, o nível de concentração da produção das flores é enorme, a percepção de diversos dos entrevistados é de que já se tem a IG na prática.

Segundo o entrevistado Hélio, da Hórtica Consultoria, "tudo que acontece nas flores passa por Holambra" (JUNQUEIRA, 2023). Esta frase ressalta tamanha relevância do território, visto que provém de um agrônomo e grande conhecedor da cadeia de flores. Entretanto, Hélio indaga se realmente haveria ganhos com a implementação de uma IG para região, uma vez que tudo já é tão organizado e bem estruturado, qual seria o benefício de um reconhecimento oficial?

Essa preocupação certamente deverá ser levada em consideração na próxima etapa da pesquisa que envolve reuniões com grupos focais, encontros e treinamentos de sensibilização. Preliminarmente, parece que o mais indicado para a região de Holambra é a criação de alguma entidade que represente os interesses das diversas entidades públicas e privadas atuantes na região, como associações, cooperativas, entidades de classe e secretarias. O modelo a ser seguido talvez seja o da IG Café do Cerrado (SEBRAE, 2022), que criou um Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado em um sistema inovador para gestão de interesses coletivos que articula diversas cooperativas, associações e entidades.

Uma ressalva apontada como possível razão para até hoje ainda não ter havido sucesso com o registro de uma IG é que a propriedade intelectual presente no desenvolvimento dos produtos não é de lá. Os cultivares, a carga genética das flores muitas vezes é desenvolvida na Europa e importada para ser cultivada aqui. Entretanto, isso não impacta no reconhecimento da IG, visto que uma IG pode ser concedida pelo fato da região de Holambra dominar as técnicas aplicadas à produção, próprias do histórico de colonização por holandeses e da construção por décadas das relações pessoais relativas à produção, negociação, transporte, turismo local, realização de festas e roteiros de visitas às estufas. Um exemplo de IG que também é reconhecida não pelo produto em si, mas pelas técnicas de produção, são os doces finos tradicionais e de confeitaria de Pelotas (SEBRAE, 2022).

Outra consideração externalizada e que precisará ser endereçada na etapa seguinte de sensibilização foi que se houvesse uma IG em Holambra haveria a exclusão de quem é de Santo Antônio de Posse, ou de outros municípios no entorno. Isso também não se justifica, a IG pode ser reconhecida para uma região que engloba vários municípios como é o caso dos Vinhos de Monte Belo (SEBRAE, 2022), o território reconhecido como IG compreende não só a cidade com este nome como também Bento Gonçalves e Santa Tereza.

Nesse contexto, ainda foi salientado que apesar da região ser altamente profissionalizada por diversas cooperativas, em especial as menores, não são muito receptivas a novas ideias, pois não compreendem a importância do desenvolvimento do setor de flores e plantas ornamentais da região por outras vias, como o registro da IG por exemplo. Isso ocorre devido a ausência de uma governança/articulação que antes era realizada pelo SEBRAE, mas se perdeu como uma carteira de negócios, havia um programa responsável por estimular o desenvolvimento no setor de flores e plantas ornamentais, mas agora esse cenário mudou, logo a participação dos agentes não é centralizada e não há uma governança. Contudo, a ausência de uma figura articuladora não alavanca o desenvolvimento do turismo rural em Holambra, assim as oportunidades de melhorias de renda para os trabalhadores locais, a atração de investimentos públicos e privados na infraestrutura e a valorização dos produtos e do patrimônio passaram a ficar em segundo plano.

Desta maneira, frente ao comércio exterior, há diversas variáveis que dificultam um reconhecimento ainda maior do mercado desde questões intangíveis até situações mais



explícitas, assim, a partir das entrevistas ficou evidente que esta volatilidade está atrelada a realidade presente de Holambra, ou seja, o mercado não é sensível e se encontra confiante no potencial de mercado atual, a aprendizagem não é encarada como um processo organizacional, logo não enxergam a incorporação de recursos, como o registro da IG, como uma ferramenta estratégica ao negócio, alinhado a esse contexto outro ponto relevante é a falta de um incentivo monetário trava o desenvolvimento local por não fornecer acesso ao crédito, contudo, a questão se encontra centrada em estratégia e tangibilidade das ações.

Quanto às considerações realizadas por Ana Rita do Ceaflor, foi ressaltado que a localização geográfica é um fator estratégico por abarcar uma facilidade logística no escoamento dos produtos cujo principal foco é o mercado atacadista sendo as plantas a maioria dos produtos que é comercializado. Ademais, foi salientado que em setembro de 2019 a empresa contava com um entrepostos entre as Centrais Estaduais de Abastecimento (CEASA) e a Companhia de Entrepostos Gerais de São Paulo (CEAGESP) que apesar de desempenharem atividades distintas, armazenagem e entreposto, são complementares entre si, contudo, esta relação evidencia um melhor controle de qualidade assegurando uma maior segurança e confiabilidade para os produtos próximos a serem entregues aos consumidores finais.

Outrossim, as considerações que concernem aos representantes do MAPA, Francisco J. Mitidieri e Guilherme S. Fracarolli, se relacionam estritamente com a concessão de uma IG para o município de Holambra e arredores. Desse modo, as principais informações obtidas foram em relação ao mecanismo operacional de como os dados poderiam ser obtidos. Neste contexto, foi sugerido pelo MAPA a construção de um questionário no Google Forms para alcançar os dados pretendidos e prospectar os produtores da região. Contudo, os dados obtidos com a Ceaflor e com a Hórtica Consultoria inviabilizaram a aplicação do questionário, visto que as ideias preliminares concebidas em relação a Holambra com o MAPA foram distintas dos dados alcançados com os demais entrevistados.

Dessa forma, devido a inviabilização do questionário proposto aos produtores, as perguntas veiculadas durante as entrevistas com Hórtica Consultoria e Ceaflor buscou compreender a gestão corporativa como meio de entender a realidade presente. Logo, com o MAPA a intenção foi criar um metodologia de como ocorreria a articulação entre os pesquisadores frente aos agentes da cadeia a fim de realizar um levantamento de região com potencial para indicação geográfica ou marca coletiva. Entretanto, após entrevistas com os demais citados, foi possível visualizar o equívoco em torno da problemática, visto que o fator distinguidor da região se dá em função da nucleação de agentes, como discorrido anteriormente.

Concordante a isto, nas etapas posteriores, em parceria com o MAPA, espera-se que seja realizada a construção e aplicação de um novo questionário para a prospecção efetiva do perfil dos produtores e suas características, bem como o delineamento das dinâmicas de comercialização e todo o seu envoltório, além da ida ao território para a coleta de outras informações que forem julgadas necessárias. Após a pesquisa exploratória, que também conta com o presente estudo, presume-se que o passo seguinte se dê a respeito da sensibilização, na medida em que a coleta de dados possa contribuir para um contato mais aprofundado com a temática que envolve a cadeia produtiva das flores e plantas ornamentais de Holambra e região. Sobretudo, o penúltimo passo se desenvolverá no diagnóstico do caso e no fortalecimento das relações de identidade necessárias à boa gestão da IG, considerando a possibilidade da implantação da IG ou não, isso decorrerá de acordo com os resultados finais que forem obtidos.





Destarte, de acordo com o que foi percorrido ao longo do estudo, é possível compreender a pertinência de diagnosticar a possibilidade de conceder uma IG para uma região tão representativa e dinâmica comercialmente como a de Holambra, uma vez que, conforme disposto no texto, “tudo que acontece nas flores passa por lá” (JUNQUEIRA, 2023). Outrossim, alguns entraves também devem ser abarcados, tal como a pouca familiaridade dos produtores e dos agentes atuantes no território em relação às IGs. Tal comportamento se dá devido ao estado embrionário em que esta propriedade industrial denota no Brasil. Dessa forma, cabe aos pesquisadores e parceiros sensibilizarem os operantes acerca do tema e posteriormente diagnosticar a potencialidade da região em sua totalidade.

## **7. Considerações finais**

Propriedade imaterial de todos os tipos, na conjuntura contemporânea, tem ganhado relevância. Particularmente o Brasil ainda tem um grande potencial de criar novos e valorizar ainda mais os bens intangíveis. Com as IGs não é diferente, comparando com outros países, especialmente os europeus, ainda há muito poucas IGs brasileiras, contudo há uma riqueza cultural e de produtos diferentes que poderia e deveria ser reconhecida.

Também na academia há uma escassez de pesquisas empíricas transdisciplinares na área. O presente esforço investigativo busca contribuir com o preenchimento parcial dessa lacuna. Aqui relatado está a primeira etapa, cuja abordagem principalmente qualitativa estudou a possibilidade de criação de uma IG para a região de Holambra, conhecida por sua produção de flores e plantas ornamentais.

As IGs certificam a origem dos produtos e podem ser um fator importante para promover o desenvolvimento sustentável local. No caso específico do estudo de caso em questão, o fomento do setor de horticultura ornamental na região formada por 3 municípios. Além disso, a IG propicia condições para se conservar os vieses culturais, sociais e tradicionais característicos da localidade.

Ao longo deste artigo foram apontados os principais dados coletados por meio de entrevistas com o objetivo de entender a configuração local da cadeia produtiva e as dificuldades da governança considerando o contexto socioeconômico local. As entrevistas, bem como a pesquisa bibliográfica e documental previamente elaborada, mostraram que a notoriedade da região se dá pela dinâmica estabelecida pelos acordos produtivos locais que se complementam e facilitam a produção no que tange a comercialização, a distribuição, o transporte e a exportação.

Os dados apontaram que, diante da pluralidade de atores atuando na cadeia de flores e plantas ornamentais e nos serviços correlatos ou decorrentes indiretamente dessa atividade, o mais indicado para a região de Holambra é a criação de uma entidade que represente os interesses das diversas entidades públicas e privadas atuantes na região, como associações, cooperativas, entidades de classe e secretarias. Essa entidade agregadora de interesses diversos, seria a responsável pelo depósito da IG no INPI e se tornaria a administradora dos interesses coletivos decorrentes do reconhecimento e registro de tal propriedade intelectual.

Independentemente desse indício de necessidade de encabeçamento da governança, esta primeira etapa da pesquisa identificou que a formação da IG é cabível e pode ser benéfica para a região, uma vez que pode ampliar o mercado consumidor, estimular a economia local e promover ainda mais o turismo. Além disso, novas estratégias de marketing podem passar a ser desenvolvidas e viabilizando inclusive novos produtos ou serviços ou acesso a novos mercados.





Como contraponto, tendo por base as percepções manifestadas por meio de entrevistas com os participantes da cadeia de flores e plantas ornamentais da região de Holambra, foi possível perceber que há inúmeros desafios de governança enfrentados na região. Isso dificulta o processo de prospecção e registro de uma IG na região, devido à ausência de uma associação de produtores e à falta de internalização do propósito e da importância da IG pela organização interna, tal como os produtores, as cooperativas, o setor logístico e todos os outros correlatos a cadeia de suprimentos, que desconhece o potencial desse tipo de registro. Ou ainda até teme alterações e envolvimento que possam gerar gastos ou comprometimentos que maiores que os benefícios, conforme foi reforçado em depoimentos sobre o fato de o mercado já se encontrar bem estruturado.

Justamente para atuar mais especificamente neste particular, os próximos passos da pesquisa envolverá atividades de sensibilização sobre o que são as IGs, com reunião em grupos focais, aplicação de um questionário mais abrangentes, realização de entrevistas e visitas técnicas em Holambra para compreender mais detalhadamente os fatores que impactam no sucesso ou insucesso da implementação de uma IG na região. De qualquer modo, a pesquisa atual deixou claro que na próxima fase uma especial atenção deve ser dada à sensibilização a respeito dos atributos qualitativos reconhecidos com o registro da IG e concernente aos potenciais ganhos econômicos, socioambientais e de governança que a IG pode favorecer.

## 8. Referências

CEPEA. **“PIB da cadeia de flores e plantas ornamentais”**. Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - CEPEA-Esalq/USP. Disponível em: <https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-da-cadeia-de-flores-e-plantas-ornamentais.aspx>. Acesso 15 de mar. 2023.

EMBRAPA. **DO Vale dos Vinhedos** - Portal Embrapa. <https://www.embrapa.br/en/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil/ig-registrada/do-vale-dos-vinhedos>. Acesso em: 19 jan. 2023.

FRANCISCO, V. L. dos; PINO, A.F.; KYIUNO, I. **Floricultura no Estado de São Paulo**. Informações Econômicas, São Paulo (3)33:17-32 Mar.2003a.

INPI: **Manual de Indicações Geográficas**. <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki>. Acesso em: 9 jan. 2023.

JUNQUEIRA, A. H. **Cadeia produtiva das flores e plantas ornamentais, sob a perspectiva da Hórtica Consultoria e Treinamento**. , 6 mar. 2023.

MAPA. **“Mapa Interativo”**. Ministério da Agricultura e Pecuária, Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/dados-so-bre-igs-registradas-e-produtos-tipicos-potenciais/mapa-interativo-1/mapa-interativo>. Acesso em: 18 fev. 2023.

MAPA. **“Atuação do MAPA no fomento às IGs e Marcas Coletivas”**. Ministério da Agricultura e Pecuária. Disponível em:



<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/atuacao-mapa-fomento-ig-mc>. Acesso em: 11 fev. 2023.

MEDEIROS, M. d. L., PASSADOR, J. L. (2021). **Examining the development attributed to geographical indications**. The Journal of World Intellectual Property, 1–20.

MITIDIERI, F. J; FRACAROLLI, G. S. **Cadeia produtiva das flores e plantas ornamentais e a concessão de uma IG sob a perspectiva do MAPA**. 31 jan 2023.

ORIGIN. **IGs: uma ferramenta valiosa para a União Europeia (I)** – Jornal Sabores. 2019. Disponível em: [http://jornalsabores.com/igs-ferramenta-valiosa-uniao\[1\]europeia-i/](http://jornalsabores.com/igs-ferramenta-valiosa-uniao[1]europeia-i/). Acesso em: 21 fev. 2023.

PEREIRA, João Pedro De Castro Nunes. **A concentração geográfica de empresas no agronegócio de flores: uma análise das localidades de Holambra e Mogi das Cruzes**. Universidade de São Paulo, 21 de junho de 2007. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-08012008-143324/en.php>. Acesso em: 21 fev. 2023.

SAOPAULOGOVERNODOESTADO. **“Estado de São Paulo é o maior produtor de flores do Brasil”**. Governo do Estado de São Paulo, 7 de julho de 2019. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/estado-de-sao-paulo-e-o-maior-produtor-de-flores-do-brasil/>. Acesso em 15 mar. 2023.

SEBRAE. **Indicações Geográficas Brasileiras, livro interativo**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/infograficos/livroanimacao/#/q/17>>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SILVA, Camila Morás da. **As indicações geográficas e os possíveis impactos nas relações de consumo no Brasil: uma análise a partir dos vieses da sustentabilidade**. Março de 2020. Disponível em: <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/23378>. Acesso em: 19 fev. 2023.

STENICO, A. R. **Entrevista sobre flores e plantas ornamentais de Holambra: levantamento de região com potencial para indicação geográfica ou marca coletiva**. 2 mar 2023.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 18ª edição ed. São Paulo: Cortez, 2018.

YIN, R. K. **Case study research: design and methods**. Fifth edition ed. Los Angeles: SAGE, 2014.

**“Vale dos Vinhedos”**. Vale dos Vinhedos. Disponível em: <https://www.valedosvinhedos.com.br/>. Acesso em: 19 jan. 2023.