



# ALI INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

## Guia metodológico

Brasília – DF  
2022



© 2022. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE  
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

INFORMAÇÕES E CONTATOS:

**SEBRAE**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE  
SGAS Quadra 605, Conjunto A, Asa Sul  
CEP.: 70.200-904, Brasília - DF.  
Telefone: (61) 3348-7636  
[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

**Presidente do Conselho Deliberativo Nacional**

Roberto Tadros

**Diretor Presidente**

Carlos Melles

**Diretor Técnico**

Bruno Quick

**Diretor de Administração e Finanças**

Eduardo Diogo

**Gerente da Unidade de Inovação**

Paulo Renato Macedo Cabral

**Gerente Adjunto da Unidade de Inovação**

Paulo Puppim Zandonadi

**Coordenação Nacional**

Hulda Oliveira Giesbrecht

Raquel Beatriz Almeida de Minas

**Empresa de consultoria**

INOVATES CONSULT LTDA



## SUMÁRIO

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 1. INTRODUÇÃO.....                                              | 4  |
| 2. METODOLOGIA .....                                            | 4  |
| 3. JORNADA DA INOVAÇÃO .....                                    | 6  |
| 3.1. Problema: .....                                            | 6  |
| 3.2. Solução .....                                              | 6  |
| 3.3. Implantação .....                                          | 6  |
| 3.4. Avaliação .....                                            | 6  |
| 4. ATORES.....                                                  | 7  |
| 4.1. Bolsista Agente (N4).....                                  | 7  |
| 4.2. Bolsista Auxiliar (N2) .....                               | 9  |
| 4.3. Bolsista Orientador (N6).....                              | 10 |
| 4.4. SEBRAE Nacional .....                                      | 11 |
| 4.5. SEBRAE/UF.....                                             | 11 |
| 4.6. Governança da Indicação Geográfica .....                   | 11 |
| 4.7. Demais Parceiros Locais .....                              | 11 |
| 5. ENCONTROS E ATIVIDADES .....                                 | 11 |
| 5.1. FASE 1 – PROBLEMA – 1º MÊS .....                           | 11 |
| 5.2. FASE 2 – SOLUÇÃO – 2º MÊS.....                             | 12 |
| 5.3. FASE 3 – IMPLANTAÇÃO – MÊS 2 AO MÊS 12 .....               | 13 |
| 5.4. FASE 4 – AVALIAÇÃO – MÊS 6 E MÊS 12 .....                  | 14 |
| 6. PLANO DE TRABALHO .....                                      | 15 |
| 7. FERRAMENTAS.....                                             | 16 |
| 7.1. Metodologia Avaliação Indicação Geográfica Registrada..... | 16 |
| 7.2. Canvas .....                                               | 16 |
| 7.3. Plano de Controle da IG.....                               | 17 |
| 7.4. Modelo de Negócio Inovador .....                           | 19 |
| 8. CAPACITAÇÃO.....                                             | 19 |
| 8.1. Capacitação Básica .....                                   | 19 |
| 8.2. Capacitação Continuada .....                               | 19 |



|            |                                                  |           |
|------------|--------------------------------------------------|-----------|
| <b>9.</b>  | <b>RESULTADOS ESPERADOS .....</b>                | <b>20</b> |
| 9.1.       | Estudo de Caso .....                             | 20        |
| <b>10.</b> | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>                | <b>20</b> |
| <b>11.</b> | <b>BIBLIOGRAFIA .....</b>                        | <b>20</b> |
| <b>12.</b> | <b>ANEXOS .....</b>                              | <b>21</b> |
| 12.1.      | MODELO DE RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO DE IG..... | 21        |
| 12.2.      | MODELO DE PLANO DE TRABALHO .....                | 21        |
| 12.3.      | CRONOGRAMA DO AGENTE ORIENTADOR.....             | 23        |
| 12.4.      | CRONOGRAMA DO GRADUADO (BOLSISTA BIT - N4).....  | 24        |
| 12.5.      | CRONOGRAMA DO AUXILIAR (BOLSISTA BIT - N2).....  | 25        |



## 1. INTRODUÇÃO

O projeto Indicação Geográfica – Bolsas de Inovação Territorial tem como objetivo geral fortalecer as Indicações Geográficas brasileiras e torná-las inovadoras e mais sustentáveis, por meio de atividades de extensão tecnológica e de uso da propriedade intelectual, desempenhadas por bolsistas de inovação territorial.

A Indicação Geográfica (IG) é um nome geográfico que identifica um produto ou serviço como originário de uma área geográfica delimitada quando determinada qualidade, reputação ou outra característica é essencialmente atribuída a essa origem geográfica. O registro de Indicação Geográfica consiste em um ativo de Propriedade Intelectual e é concedido no Brasil pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

A diferenciação de produtos a partir da sua origem e qualidade como estratégia para conquistar mercados é uma tendência que vem ganhando força no Brasil e no mundo. Cada vez mais, os consumidores querem saber a procedência, as características e o processo produtivo dos produtos que consomem.

As Indicações Geográficas respondem a essas demandas, uma vez que valorizam e protegem um saber fazer dos produtores da região, a tradição de gerações em produzir um produto ou prestar um serviço, a biodiversidade da região e o vínculo do produto com o meio geográfico.

O Sebrae é uma das instituições que lidera o movimento das Indicações Geográficas no Brasil, atuando em duas frentes: junto aos produtores, por meio da realização de diagnósticos de potenciais Indicações Geográficas, no apoio à estruturação da IG, na promoção das IGs registradas; também defendendo os interesses dos pequenos negócios, por meio da articulação com as demais entidades que atuam com essa temática.

O fortalecimento de uma Indicação Geográfica abrange diferentes aspectos do desenvolvimento territorial, envolvendo produtores locais, elos da cadeia de valor do produto, parceiros locais, lideranças, além de envolver também processos chave, como controle e rastreabilidade do produto, promoção do território e turismo. É importante destacar também a abrangência territorial de uma IG, que não se restringe a limites geopolíticos e normalmente abrange diversos municípios, e algumas vezes mais de um estado também.

Tudo isso demonstra a complexidade de se atuar no fortalecimento da IG.

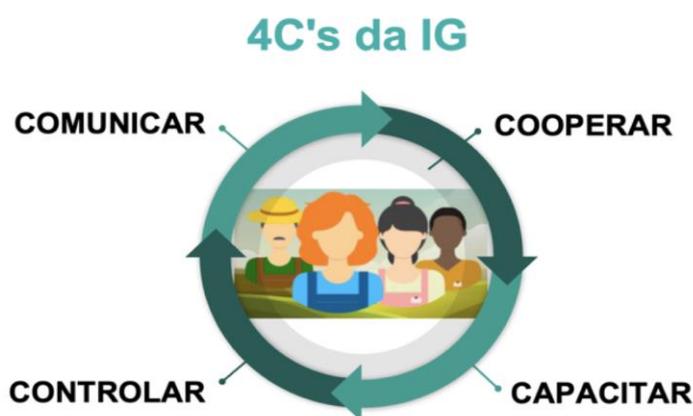
## 2. METODOLOGIA

O projeto Indicação Geográfica – Bolsas de Inovação Territorial tem por objetivo principal possibilitar que as Indicações Geográficas envolvidas aumentem a captura de valor, por meio da estruturação de modelo de negócios inovadores para as Indicações Geográficas brasileiras, ao longo de 12 meses.

Esta Metodologia prevê a atuação coordenada de três categorias de profissionais:

- Agente (bolsista BIT - N4), sendo um por IG.
- Auxiliar (bolsista BIT - N2), sendo até dois por IG.
- Orientador (bolsista BIT - N6) – que irá orientar até quinze bolsistas, sendo 5 Agentes e 10 Auxiliares.

Além disso, fazem parte do projeto gestores do Sebrae Nacional e Sebrae/UF, representantes da Indicação Geográfica apoiada e entidades parceiras.



Os 4Cs da Indicação Geográfica se baseiam nas seguintes estratégias:

### ***Cooperar***

Cooperação é o ponto crucial, a base para o sucesso de qualquer IG. Aqui se trata da essência do “fazer em grupo” que extrapola o ambiente da entidade representativa da coletividade. Cooperar internamente e no ambiente institucional.

Qual o nível de cooperação entre os produtores da região e como a entidade se posta como articuladora institucional para a IG são pontos de relevância que devem ser trabalhados dentro deste tema.

### ***Capacitar***

Muitos produtores das IGs não sabem o que é e para que serve a sua IG. Essa é uma realidade que acontece não somente no âmbito dos produtores da região. Instituições de apoio, distribuidores, comunidade, consumidores precisam conhecer melhor sobre o tema. É extremamente necessário externalizar os conceitos de IG para que os resultados sejam mais céleres e duradouros.

### **Controlar**

O controle é fundamental para a garantia da origem e qualidade dos produtos da IG. Um controle eficiente inibe as usurpações, falsificações e/ou adulterações que podem prejudicar a coletividade dos produtores. Como garantir que o produto é autêntico da região, produzido pelos produtores autorizados e seguindo as regras estabelecidas para a IG deve ser o questionamento central quando se pensa em “Controlar”.

### **Comunicar**

O quando, como e para quem a IG deve mostrar seus diferenciais precisa ser trabalhado. As ferramentas de comunicação corretas também devem ser avaliadas como estratégia de fortalecimento e consolidação para produtores, agentes locais e principalmente aos consumidores atuais e potenciais da IG, evidenciando os valores dos produtos, produtores e do território.

## **3. JORNADA DA INOVAÇÃO**

A metodologia está dividida em quatro etapas:

### **3.1. Problema:**

Momento em que os representantes da IG e parceiros locais conhecerão melhor o projeto e iniciará o processo de identificação e priorização do problema que mais impacta o fortalecimento da IG;

### **3.2. Solução**

Nesta etapa será trabalhada a identificação de ideias que contribuirão no desenvolvimento da solução para o problema. Neste momento será estruturado o Plano de Trabalho dos Bolsistas. Nesta mesma etapa os indicadores terão sua primeira mensuração;

### **3.3. Implantação**

Aplicação do Plano de Trabalho que foi validado com a IG.

### **3.4. Avaliação**

Depois de toda a trajetória é importante conhecer quais as dores e ganhos do processo de implantação, como os desafios foram enfrentados e celebrar os resultados alcançados.

| Problema                       | Solução                             | Implantação                                                                                                                | Avaliação                                      |
|--------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Encontro 1<br>Atividades 1 e 2 | Encontros 2 e 3<br>Atividades 3 e 4 | Encontros 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12 e 13<br>Atividades 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 e 24. | Encontros 8 e 14<br>Atividades 13, 14, 25 e 26 |

## 4. ATORES

### 4.1. Bolsista Agente (N4)

#### *Perfil*

- a) ter formação acadêmica, em qualquer curso de graduação. O curso deve ser reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC);
- b) ter experiência como profissional de nível superior de, pelo menos, 6 (seis) meses na gestão e/ou governança de coletividades;
- c) ter disponibilidade para realizar visitas técnicas a produtores e parceiros em toda a área delimitada da Indicação Geográfica em que irá atuar;
- d) estar adimplente junto ao Sebrae;
- e) não acumular a bolsa com outra bolsa concedida por qualquer agência de fomento nacional;
- f) não adquirir ou manter qualquer tipo de vínculo empregatício durante o período de vigência da bolsa;
- g) ter residência ou ter disponibilidade de residir no município sede da IG ou em municípios próximos (localizados a até 100 km do município citado).

#### *Papel*

O Graduado será responsável por executar grande parte das ações dentro do território da IG e para tanto poderá contar com até dois agentes Graduandos para auxiliar na execução das atividades planejadas.

Este agente deverá atuar principalmente como um interlocutor entre agentes locais e externos bem como executor de ações a serem desenvolvidas de acordo com a realidade do território que estará atuando. Todo o planejamento será acompanhado e orientado pelo Orientador, porém o agente Graduado possui a competência e obrigação de identificar a realidade, propor soluções e acompanhar o desenvolvimento das ações que serão planejadas no início do projeto.

Para melhor desempenhar sua função, é fundamental que este agente Graduado esteja devidamente capacitado e atualizado sobre conceitos e principalmente sobre casos de sucesso e insucesso de IGs brasileiras e estrangeiras. Boa parte do legado que se espera deste agente está na difusão de conhecimento e boas práticas sobre Indicações Geográficas que serão utilizadas e deixadas como estratégias aos atores locais.

### ***Atribuições***

- a) realização das atividades previstas no seu Plano de Trabalho específico;
- b) facilitação da estruturação da modelagem de negócio da IG (em conjunto com os bolsistas N6 e N2 e com representantes da IG), com vistas a proteger e promover os seus ativos intelectuais;
- c) realização de visitas técnicas a produtores localizados na área delimitada da IG;
- d) realização de diagnósticos e devolutivas junto aos produtores e representante da IG;
- e) mensuração de indicadores T0 e Tn da IG;
- f) elaboração de relatórios;
- g) realização de apresentações sobre IG;
- h) moderação de workshops e facilitação de dinâmicas em grupo com os produtores e parceiros da IG;
- i) interação com a entidade representativa da IG e parceiros locais da IG;
- j) prospecção de projetos e parcerias para a IG;
- k) prospecção e facilitação do acesso pelos produtores da IG a serviços tecnológicos para ampliar a qualificação dos seus produtos;
- l) interação com os gestores do Sebrae estadual e Nacional, e com os bolsistas N2 e N6;
- m) participação de capacitação continuada sobre o tema das IGs;
- n) participação de reuniões estratégicas sobre a IG;
- o) elaboração de um estudo de caso sobre inovação territorial no âmbito da IG.

## 4.2. Bolsista Auxiliar (N2)

### *Perfil*

- a) estar cursando qualquer curso de graduação, a partir do 4º período. O curso deve ser reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC);
- b) estar adimplente junto ao Sebrae;
- c) não acumular a bolsa com outra bolsa concedida por qualquer agência de fomento nacional;
- d) não adquirir ou manter qualquer tipo de vínculo empregatício durante o período de vigência da bolsa;
- e) ter residência ou ter disponibilidade de residir no município sede da IG ou em municípios próximos (localizados a até 100 km do município citado).

### *Papel*

Este agente terá como principal função auxiliar o agente Graduado em todas suas atribuições bem como articular a comunicação entre os parceiros, levantar dados, aplicar metodologias propostas e elaborar relatórios. Todo o seu trabalho será acompanhado e orientado pelo agente Graduado o qual norteará suas atividades.

Para melhor desempenhar sua função, é fundamental que este agente Graduando esteja devidamente capacitado e atualizado sobre conceitos e principalmente sobre casos de sucesso e insucesso de IGs brasileiras e estrangeiras. Grande parte do legado que se espera deste agente está na difusão de conhecimento e boas práticas sobre Indicações Geográficas que serão utilizadas e deixadas aos atores locais.

### *Atribuições*

- a) realização das atividades previstas no seu Plano de Trabalho específico, de acordo com a sua graduação em andamento;
- b) acompanhamento das atividades da IG no território;
- c) apoio ao bolsista N4 na implementação do seu Plano de Trabalho;
- d) interação com os gestores do Sebrae estadual e Nacional, e com os bolsistas N4 e N6;
- e) apoio à realização de apresentações sobre a IG e dinâmicas em grupo;
- f) participação de capacitação continuada sobre o tema das IGs;
- g) participação de reuniões estratégicas sobre a IG;
- h) elaboração de relatórios sobre as atividades da IG.

### **4.3. Bolsista Orientador (N6)**

#### ***Perfil***

- a) ter formação acadêmica, em nível de pós-graduação, em qualquer área do conhecimento, em curso reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC);
- b) ter experiência comprovada como profissional de nível superior de, no mínimo, 12 (doze) meses, em atividades práticas relacionadas à gestão de Indicações Geográficas registradas no Brasil;
- c) ter experiência em atividades de orientação técnica;
- d) estar adimplente junto ao Sebrae;
- e) não acumular a bolsa com outra bolsa concedida por qualquer agência de fomento nacional.

#### ***Papel***

O Orientador será responsável por acompanhar até quinze bolsistas, sendo até dez agentes Graduandos e até cinco agentes Graduados, orientando-os na execução de suas atividades.

Para melhor desempenhar sua função, é fundamental que este Orientador esteja devidamente capacitado e atualizado sobre conceitos e principalmente sobre casos de sucesso e insucesso de IGs brasileiras e estrangeiras. Tal aprofundamento no tema visa fundamentar as orientações aos agentes Graduados e Graduandos para que possam desempenhar suas funções nos territórios bem como contar com apoio para análises e encaminhamentos das suas atividades.

#### ***Atribuições***

- a) orientação a até quinze bolsistas, sendo até dez bolsistas N2 e até cinco bolsistas N4;
- b) realização da capacitação continuada sobre o tema das IG aos bolsistas N2 e N4;
- c) orientação para desenvolvimento da modelagem de negócio da IG (em conjunto com os bolsistas N4, N2 e representantes da IG), com vistas a proteger e promover os seus ativos intelectuais;
- d) orientação aos bolsistas N4 e N2 para elaboração dos seus Planos de Trabalho;
- e) participação de reuniões estratégicas sobre a IG;
- f) orientação para os bolsistas N2 e N4;
- g) elaboração de relatórios mensais sobre a evolução da IG e desempenho dos bolsistas;
- h) orientação para os bolsistas N4 na elaboração de estudos de caso sobre inovação territorial no âmbito de cada IG;



i) orientação para os bolsistas N4 para elaboração de modelo de negócio inovador para cada IG;

j) interação com gestores do Sebrae estadual e Nacional.

#### **4.4. SEBRAE Nacional**

Ao Sebrae Nacional cabe a coordenação nacional do projeto com o objetivo a operacionalização e monitoramento das ações no âmbito do Sistema Sebrae e o suporte operacional para garantir os respectivos resultados pactuados para este projeto.

#### **4.5. SEBRAE/UF**

Pessoa designada, pelo SEBRAE/UF, para a gestão do projeto no estado participante. É o responsável pela coordenação, supervisão, acompanhamento, avaliação do projeto no Estado e articulação com a IG e demais parceiros locais. Gestão e monitoramento dos bolsistas do Projeto no Estado (plano de trabalho dos bolsistas, avaliação sobre o desempenho dos bolsistas, entre outros).

#### **4.6. Governança da Indicação Geográfica**

Entende-se por governança das IGs a rede de atores públicos e privados diretamente ligados à IG, desde as associações locais de produtores às organizações públicas e privadas responsáveis pela gestão da IG. Cabe a governança da IG suprir o projeto com as estruturas operacionais e de logística, bem como das informações socioeconômicas necessárias ao projeto.

#### **4.7. Demais Parceiros Locais**

É de suma importância a participação dos parceiros locais, dos quais espera-se o compromisso e participação efetiva nas ações estratégicas do projeto com a finalidade de atender objetivos definidos e discutidos coletivamente.

## **5. ENCONTROS E ATIVIDADES**

### **5.1. FASE 1 – PROBLEMA – 1º MÊS**

#### **ATIVIDADE 1**

Descrição: Reunião de preparação para o Encontro 1. Os bolsistas deverão compartilhar o conhecimento prévio que têm da Indicação Geográfica apoiada e estruturar a dinâmica para o Encontro 1.

Duração: 3h

Responsável: Bolsista orientador

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador



Formato: reunião à distância

### **ENCONTRO 1**

Descrição: Apresentação da equipe de bolsistas e do projeto. Apresentação da IG pelos seus responsáveis. Aplicação da metodologia de avaliação da IG e Canvas. Mensuração dos indicadores.

Duração: 4h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: todos

Formato: oficina híbrida

### **ATIVIDADE 2**

Descrição: Discussão das informações levantadas durante o Encontro 1 e as principais percepções.

Duração: 3h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador

Formato: reunião à distância

## **5.2. FASE 2 – SOLUÇÃO – 2º MÊS**

### **ATIVIDADE 3**

Descrição: Elaboração da primeira proposta do Plano de Trabalho e estruturação da dinâmica de apresentação.

Duração: 3h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador

Formato: reunião à distância

### **ENCONTRO 2**

Descrição: Apresentação da proposta de Plano de Trabalho e discussão com os participantes da reunião.

Duração: 4h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: todos

Formato: oficina híbrida



#### **ATIVIDADE 4**

Descrição: Ajustes no Plano de Trabalho a partir dos insights do Encontro 2.

Duração: 2h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador

Formato: reunião à distância

#### **ENCONTRO 3**

Descrição: Apresentação da versão final do Plano de Trabalho e validação com os atores.

Duração: 2h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: todos

Formato: reunião híbrida

### **5.3. FASE 3 – IMPLANTAÇÃO – MÊS 2 AO MÊS 12**

#### **ATIVIDADES 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24**

Descrição: Reunião de acompanhamento das ações em que os bolsistas Agente e Auxiliar apresentam o progresso conseguido, o trabalho a ser realizado e/ou o que o impede de seguir avançando.

Duração: 2h

Responsável: Bolsista Orientador

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador

Formato: reunião híbrida

#### **ENCONTROS 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13**

Descrição: Reunião de acompanhamento das ações em que os bolsistas Agente apresentam as ações realizadas nos últimos 30 dias e o status do Plano de Trabalho.

Duração: 2h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: todos

Formato: reunião híbrida

#### **5.4. FASE 4 – AVALIAÇÃO – MÊS 6 E MÊS 12**

##### ***ATIVIDADE 13***

Descrição: Reunião de preparação para o Encontro 8. Os bolsistas deverão compartilhar a percepção que têm da evolução da maturidade da IG e estruturar a dinâmica para o Encontro 1.

Duração: 3h

Responsável: Bolsista orientador

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador

Formato: reunião à distância

##### ***ENCONTRO 8***

Descrição: Reunião de avaliação do Plano de Trabalho para verificar se os objetivos propostos estão sendo alcançados e propor ajustes.

Duração: 2h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: todos

Formato: reunião híbrida

##### ***ATIVIDADE 14***

Descrição: Ajustes no Plano de Trabalho a partir dos insights do Encontro 8.

Duração: 2h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador

Formato: reunião à distância

##### ***ATIVIDADE 25***

Descrição: Elaboração da apresentação dos resultados obtidos pela IG no projeto e da primeira proposta do Modelo de Negócios Inovador e estruturação da dinâmica de apresentação. Atualizar a Avaliação da IG registrada. Mensuração dos indicadores.

Duração: 4h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador

Formato: reunião à distância

#### **ENCONTRO 14**

Descrição: Reunião de avaliação do Plano de Trabalho para verificar se os objetivos propostos estão sendo alcançados e apresentação do Modelo de Negócios Inovador da IG e da evolução da maturidade da IG. Apresentação dos indicadores.

Duração: 4h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: todos

Formato: reunião híbrida

#### **ATIVIDADE 26**

Descrição: Ajustes no Modelo de Negócio Inovador a partir dos insights do Encontro 14.

Duração: 2h

Responsável: Bolsista Agente

Atores envolvidos: Bolsistas Agente, Auxiliar e Orientador

Formato: reunião à distância

## **6. PLANO DE TRABALHO**

O plano de trabalho, conforme modelo disponibilizado no anexo 13.2 desta metodologia, deve ser criado em conjunto entre bolsistas e representantes da IG, contendo um cronograma de ações estruturado e claro sobre o que, quem e quando cada ação deve ser realizada e entregue pela equipe. Tais ações deverão ser validadas e acompanhadas pelo Orientador, podendo ser adequadas de acordo com a execução do plano de trabalho.

O plano de trabalho dos bolsistas N2 e N4 deverá contemplar atividades relacionadas com as condições de cada IG, a saber:

- a) apoio na concepção dos sistemas de registros e controle da IG;
- b) orientação técnica aos produtores para a implementação dos sistemas de registros e controle da IG;
- c) realização de eventos de sensibilização para produtores que ainda não aderiram à IG;
- d) realização de eventos de sensibilização e engajamento em relação à IG na comunidade;
- e) realização de ações de sensibilização e engajamento dos elos da cadeia produtiva em relação à IG;
- f) identificação de casos de usurpação da IG no mercado, incluindo as mídias digitais;



- g) reestruturação e capacitação do Conselho Regulador da IG;
- h) estruturação de indicadores para avaliar o desempenho da IG;
- i) identificação de possíveis melhorias a serem feitas no Caderno de Especificações Técnicas da IG;
- j) identificação de oportunidades para melhoria da produtividade e qualidade do produto da IG;
- k) elaboração de estratégia para aumento da maturidade digital da IG;
- l) identificação de ações de inovação de produto/processo da IG;
- m) apoio na concepção de ações de marketing digital da IG;
- n) orientação para implementação de ações que ampliem a sustentabilidade da IG;
- o) realização de oficinas para desenvolvimento do associativismo e cooperativismo e de desenvolvimento de lideranças;
- p) apoio em ações de acesso a mercados pela IG;
- q) apoio na estruturação de manual do uso do selo da Indicação Geográfica;
- r) desenvolvimento de um modelo de negócios inovador para a IG.

## **7. FERRAMENTAS**

### **7.1. Metodologia Avaliação Indicação Geográfica Registrada**

O Sebrae Nacional desenvolveu recentemente uma metodologia de avaliação de IG registrada, que facilita a identificação do estado da arte desta origem. Os agentes deverão aplicar esta metodologia junto à IG de sua responsabilidade. O documento referente à ferramenta de Metodologia de Avaliação da Indicação Geográfica Registrada será disponibilizado separadamente.

### **7.2. Canvas**

Esta ferramenta, popularmente conhecida simplesmente como Canvas, é responsável pela representação visual do modelo de negócios. É aplicada no mundo todo por empresas ou setores de diferentes portes e segmentos, principalmente em processo de inovação, buscando a construção de modelos de negócios inovadores.

A ideia é estimular o desenvolvimento de processos que envolvam criação, produção e distribuição de produtos e serviços ligados à IG, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos, tendo como temática:

- a) Como inovar no processo de gestão da IG e seus ativos?
- b) Como inovar produtos e serviços, ampliar mercado e fidelizar clientes através da incorporação de elementos criativos ao negócio?
- c) Como diferenciar os produtos e/ou serviços ligados a IG, em um mercado relativamente novo, porém cada vez mais competitivo?

### Canvas do Cenário Atual



### 7.3. Plano de Controle da IG

O Plano de Controle engloba os documentos que estabelecem os procedimentos para efetuar o controle dos produtores e dos prestadores de serviço e dos produtos e dos serviços. Como exemplo, fichas de inscrição, normas internas sobre o controle, autorizações, etc.

No cenário ideal, o controle deve ser estabelecido no Caderno de Especificações Técnicas e no Plano de Controle.

O Plano de Controle deve estabelecer os procedimentos, incluindo os agentes e recursos, para controlar os produtores ou prestadores de serviço e produtos ou serviços, em obediência às normas contidas no Caderno de Especificações Técnicas.

É importante que seja avaliada a viabilidade econômica e técnica do Plano de Controle a ser seguido. Os custos e critérios técnicos devem ser possíveis para a realização dos procedimentos adotados.

Para elaboração do Plano de Controle, recomenda-se que:

- a) o Plano seja desenvolvido em conjunto com os agentes de controle;
- b) sejam estabelecidos critérios mensuráveis de avaliação;
- c) sejam definidos os pontos do controle em relação à produção ou prestação de serviço; e
- d) sejam definidos os pontos do controle em relação ao padrão de identidade do produto ou serviço.

Convém que se descreva, ainda:

- a) os procedimentos a serem executados;
- b) momentos e prazos de execução dos procedimentos;
- c) as ferramentas apropriadas para o controle; e
- d) os requisitos que devem ser avaliados e controlados pelo agente de controle.

Observando as seguintes etapas:

- 1) **SELEÇÃO:** identificação dos requisitos do Caderno de Especificações Técnicas que terão sua conformidade avaliada; critérios de aceitação e rejeição do produto ou serviço; medidas a serem tomadas a partir dos resultados da avaliação da conformidade;
- 2) **PLANEJAMENTO:** preparação para a coleta de dados necessários para as atividades de avaliação da conformidade: análise, atestação, manutenção, validação e emissão ou concessão de selos de controle ou rastreabilidade do produto ou serviço. Formalização dos processos por meio de procedimento administrativo (exemplo: Resoluções internas);
- 3) **AValiação:** realização das atividades de avaliação da conformidade, verificação dos requisitos quanto à tipicidade ou característica do produto ou processo;
- 4) **ANÁLISE:** resultados da etapa de avaliação; aceitação ou rejeição do produto ou processo;
- 5) **ATESTAÇÃO:** decisão quanto à concessão, manutenção ou suspensão provisória do uso da IG;
- 6) **MANUTENÇÃO:** repetição sistemática, quando necessário, das atividades de avaliação;
- 7) **VALIDAÇÃO:** realização periódica de análise crítica de todas as etapas do processo.



As etapas são sequenciais, não podendo ser alteradas, sob pena de inviabilizar o Plano de Controle.

#### **7.4. Modelo de Negócio Inovador**

Ao término do período de atuação prevista no projeto, os agentes envolvidos deverão apresentar o modelo de negócios inovador para a IG atendida. Os agentes deverão usar como base as ferramentas anteriormente utilizadas e o cenário da IG vivenciado na sua atuação para desenvolver um modelo de negócios inovador, buscando impulsionar o crescimento, revigorar o modelo utilizado ou se defender contra as disrupções ou declínios do setor. No centro da inovação do modelo de negócios está a necessidade de criar produtos, serviços ou modelos organizacionais que melhorem sua proposta de valor.

Parte-se dos conhecimentos adquiridos durante o projeto para propor as inovações como, por exemplo, criação de valor na proposta de valor, definição de novos segmentos de clientes, a oferta de novos produtos ou serviços, novo modelo de receita e até mesmo melhorias no modelo operacional, com foco em como gerar lucratividade e vantagem competitiva.

É importante considerar que um bom modelo de negócio deve ser testado e validado quantas vezes for necessário até que se torne viável e, principalmente, gere valor para a Indicação Geográfica em questão. O modelo de negócios final deverá servir para orientar as ações e estratégias adotadas pelas IGs bem como servir para demonstrar a viabilidade desta IG à parceiros estratégicos e apoiadores.

## **8. CAPACITAÇÃO**

### **8.1. Capacitação Básica**

Os bolsistas serão capacitados durante as duas primeiras semanas do projeto nos principais conceitos de Indicações Geográficas e na metodologia, em parceria com a Universidade Corporativa Sebrae.

### **8.2. Capacitação Continuada**

Após início da atuação em campo, os orientadores devem promover ações de capacitações para os bolsistas sob sua responsabilidade sobre temáticas relevantes às IGs.

A capacitação deve abordar conceitos de indicações geográficas, legislação e principalmente pontos cruciais para a organização e operacionalização das IGs com foco em organização institucional e colocação no mercado, para tanto, recomenda-se que sejam abordadas técnicas inovadoras bem como boas práticas já utilizadas por IGs que possuem êxito em seus trabalhos.



Deverão ser realizadas as ações de capacitação no mínimo a cada 2 meses e deverão constar no relatório do bolsista orientador.

## 9. RESULTADOS ESPERADOS

- a) Aumento da maturidade da IG
- b) Estruturação do modelo de negócio inovador
- c) Evolução nos indicadores da IG (número de produtores, volume de produtos com selo, etc) – customizado para cada IG

### 9.1. Estudo de Caso

A etapa de Estudo de Caso deverá ser desenvolvida conforme a Metodologia de Elaboração de Estudo de Caso disponibilizada na Universidade Corporativa Sebrae.

## 10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a dinâmica específica de cada território detentor de uma Indicação Geográfica, entendendo suas necessidades e participando ativamente durante o período deste projeto, é esperado que haja evoluções consideráveis na organização e no desenvolvimento tanto das IGs em questão quanto do território como um todo.

O projeto prevê a ação de agentes especializados e preparados para auxiliar os territórios, utilizando de ferramentas modernas e específicas, inspiradas nas necessidades levantadas em todo o território nacional durante a aplicação dos diagnósticos das Indicações Geográficas Brasileiras, realizados em 2020.

Se bem utilizadas as ferramentas propostas por este projeto, sejam elas administrativas, digitais ou humanas, é possível agir nos principais pontos críticos e impulsionar a cadeia produtiva, as atividades indiretas e o território como um todo utilizando da exclusividade de se ter um reconhecimento de IG, deixando com isso um legado importante para os atores que pertencem à região assistida pelos agentes.

## 11. BIBLIOGRAFIA

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

BRASIL. Lei Nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm)>. Acesso em: 02 abr. 2020.



INPI. Instrução Normativa Nº 095/2018, de 28 de dezembro de 2018. **Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas.** <<http://www.inpi.gov.br/noticias/novas-normas-para-indicacoes-geograficas-entram-em-vigor/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2020.

## 12. ANEXOS

### 12.1. MODELO DE RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO DE IG

O Relatório de Acompanhamento da IG deverá ser desenvolvido pelo bolsista, contendo as informações relacionadas às atividades realizadas e os impedimentos encontrados durante o período de atuação ao decorrer do desenvolvimento do projeto.

|                                          |                                          |
|------------------------------------------|------------------------------------------|
| LOGOMARCAS DOS ENVOLVIDOS                | <b>RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO DA IG</b> |
| <b>Período de atuação</b><br>xx/xx/xxxx. | <b>Bolsista responsável</b>              |
| <b>INDICAÇÃO GEOGRÁFICA</b>              |                                          |
| <b>Atividades realizadas no período</b>  |                                          |
| <b>Impedimentos encontrados</b>          |                                          |
| <b>Observações</b>                       |                                          |

### 12.2. MODELO DE PLANO DE TRABALHO

A ferramenta que se refere à organização das informações do projeto é o Plano de Trabalho, o qual será aplicado da seguinte maneira:

| LOGOMARCAS DOS ENVOLVIDOS                                                 | <b>PLANO DE TRABALHO</b>    |                                |                              |         |        |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|------------------------------|---------|--------|
| <b>CRITÉRIOS DA METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO DA IG</b>                        |                             |                                |                              |         |        |
| <b>Desafio</b>                                                            | <b>Resultado esperado</b>   |                                |                              |         |        |
| <b>Prazo para execução</b><br>Início: xx/xx/xxxx.<br>Término: xx/xx/xxxx. | <b>Estimativa de custos</b> | <b>Fontes de financiamento</b> |                              |         |        |
| <b>AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS</b>                                        |                             |                                |                              |         |        |
| Atividades:                                                               | Responsável                 | Envolvidos Instituições/Pessoa | Data para realização da ação |         | Status |
|                                                                           |                             |                                | Início                       | Término |        |
|                                                                           |                             |                                |                              |         |        |
|                                                                           |                             |                                |                              |         |        |
|                                                                           |                             |                                |                              |         |        |
|                                                                           |                             |                                |                              |         |        |
|                                                                           |                             |                                |                              |         |        |
|                                                                           |                             |                                |                              |         |        |
| <b>Quem cobra as ações:</b>                                               |                             |                                | <b>Data:</b>                 |         |        |

Como aplicar:

- a) **Crítérios da Metodologia de Avaliação da IG:** nesta área, devemos inserir qual o elemento do Canvas de modelo de negócios será trabalhado, dentre os blocos que vamos planejar ações.
- b) **Desafios:** nessa área devemos colocar os grandes desafios que a empresa tem para operacionalizar o modelo de negócios. Sugere-se trabalhar com até três grandes desafios. Exemplos de desafios:
  - Concluir o desenvolvimento do produto;
  - Vender nosso produto;
  - Realizar parcerias para ampliar a presença da empresa próximo aos clientes.
- c) **Resultado esperado:** que resultado, preferencialmente quantitativo e mensurável, a empresa deseja alcançar a partir da implementação das ações planejadas;

- d) **Prazo de execução:** definir a data de início e fim do Plano de ação;
- e) **Estimativa de custos:** estimar o valor total a ser investido neste Plano de Ação;
- f) **Fontes de Financiamento:** apontar as possíveis Fontes de Financiamento do Plano de Ação, incluindo recursos próprios;
- g) **Ações a serem desenvolvidas:**
  - **Atividades:** define as ações/atividades que precisam ser realizadas para superar, com sucesso, o desafio definido;
  - **Responsável:** definir a pessoa da equipe que será responsável pela realização da ação;
  - **Envolvidos:** caso se identifique a necessidade de envolver pessoas e/ou instituições para apoiar no desenvolvimento da ação, definir as pessoas e/ou instituições que serão contatadas;
  - **Data Início:** definir a data em que a ação será iniciada;
  - **Data Fim:** definir a data em que a ação será concluída;
  - **Status:** descrever o estágio em que se encontra a realização da ação: não iniciada, em andamento, atrasada, concluída.

### 12.3. CRONOGRAMA DO AGENTE ORIENTADOR

#### Cronograma de Ações do Agente Orientador

| Atividades                                            | Meses |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|-------------------------------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|                                                       | Jan   | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez |
| Capacitação                                           | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   |
| Diagnóstico situacional de atores e ambientes da IG   | ●     | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   |
| Modelagem de negócio de IG                            | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   |
| Elaboração/Revisão do Plano de Trabalho               | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   |
| Mentoria para Bolsistas N4 e N2                       | ●     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   |
| Participação em reuniões estratégicas (vide agenda)   | ○     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ○   |
| Mensuração de indicadores                             | ●     | ○   | ●   | ●   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ●   | ○   | ●   |
| Orientação Estudos de Casos e Modelo de Negócio Final | ●     | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   | ●   | ●   |
| Relatórios/Interação com a Equipe                     | ●     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   |

## 12.4. CRONOGRAMA DO GRADUADO (BOLSISTA BIT - N4)

### Cronograma de Ações do Agente Graduado

| Atividades                                                           | Meses |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|----------------------------------------------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|                                                                      | Jan   | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez |
| Capacitação                                                          | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   |
| Visitas técnicas aos produtores                                      | ●     | ○   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ○   |
| Diagnóstico situacional de atores e ambientes da IG                  | ●     | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   |
| Modelagem de negócio da IG                                           | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   |
| Elaboração/Revisão do Plano de Trabalho                              | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   |
| Execução do Plano de Trabalho                                        | ●     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   |
| Articulação entre a entidade representativa e parceiros locais da IG | ○     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ○   |
| Disseminação do conceito de IG dentro e fora da região               | ●     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   |
| Status do Sistema de Controle                                        | ○     | ○   | ○   | ○   | ●   | ●   | ●   | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   |
| Mensuração de indicadores                                            | ●     | ○   | ●   | ●   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ●   | ○   | ●   |
| Estudos de caso da região e Modelo de Negócio Final                  | ○     | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   | ●   | ●   |
| Relatórios (Estudo do Escopo)                                        | ●     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   |

## 12.5. CRONOGRAMA DO AUXILIAR (BOLISTA BIT - N2)

### Cronograma de Ações do Agente Graduando

| Atividades                                                           | Meses |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|----------------------------------------------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|                                                                      | Jan   | Fev | Mar | Abr | Mai | Jun | Jul | Ago | Set | Out | Nov | Dez |
| Capacitação                                                          | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   |
| Visitas técnicas aos produtores                                      | ●     | ○   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ○   |
| Diagnóstico situacional de atores e ambientes da IG                  | ●     | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   |
| Modelagem de negócio da IG                                           | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   |
| Elaboração/Revisão do Plano de Trabalho                              | ●     | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   |
| Execução do Plano de Trabalho                                        | ●     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   |
| Articulação entre a entidade representativa e parceiros locais da IG | ○     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ○   |
| Disseminação do conceito de IG dentro e fora da região               | ●     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   |
| Status do Sistema de Controle                                        | ○     | ○   | ○   | ○   | ●   | ●   | ●   | ●   | ○   | ○   | ○   | ○   |
| Mensuração de indicadores                                            | ●     | ○   | ●   | ●   | ●   | ○   | ●   | ○   | ●   | ●   | ○   | ●   |
| Estudos de caso da região e Modelo de Negócio Final                  | ○     | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ○   | ●   | ●   | ●   |
| Relatórios (Estudo do Escopo)                                        | ●     | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   | ●   |