

GEOGRAPHIC INDICATION AS A DISRUPTIVE STRATEGY IN THE VALUE CHAINS OF THE AMAZON BIOECONOMY

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO ESTRATÉGIA DISRUPTIVA NAS CADEIAS DE VALOR DA BIOECONOMIA AMAZÔNICA

Rosângela Fernandes Bentes¹; Tabatha Benitz²

¹ Inteligência Tecnológica Consultoria – Manaus/AM – Brasil – robentes39@gmail.com

² Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá – Tefé/AM – Brasil – tabatha.benitz@mamiraua.org.br

Resumo

Com o intuito de considerar as contribuições da Indicação Geográfica como componente das cadeias de valor a bioeconomia, este artigo procura abordar essa conexão do ponto de vista de agregação de valor e esforços para atingir o mercado de maneira disruptiva. A pesquisa é um estudo de caso e utilizou-se da abordagem exploratória, qualitativa, documental e bibliográfica. Tendo como resultado que tanto as primeiras IGs concedidas quanto as mais recentes enfrentam desafios desde sua implementação; os arranjos institucionais são de suma importância para sua consolidação. Conclui-se que, a soma do conhecimento, experiências e visão de diferentes atores que atuam nas cadeias de valor tanto da IGs como na bioeconomia, tem maior chance de criar um mercado diferenciado, podendo-se assim considerar a IG uma solução disruptiva estabelecendo-se como um componente da cadeia de valor da bioeconomia.

Palavras-chave: Amazônia; Bioeconomia; Desenvolvimento Regional; Indicação Geográfica; Solução Disruptiva.

Abstract

To consider the contributions of Geographical Indication as a component of bioeconomy value chains, this article seeks to address this connection from the point of view of adding value and efforts to reach the market in a disruptive way. The research is a case study and used an exploratory, qualitative, documentary, and bibliographic approach. As a result, both the first GIs granted and the most recent one's face challenges since their implementation; institutional arrangements are of paramount importance for its consolidation. It is concluded that, the sum of knowledge, experiences and vision of different actors who work in the value chains of both GIs and the bioeconomy, has a greater chance of creating a differentiated market, and GI can therefore be considered a disruptive solution establishing itself as a component of the bioeconomy value chain.

Keywords: Amazon; Bioeconomy; Geographical Indication; Regional Development; Disruptive Solution.

1. Introdução

O desafio de transformar os recursos naturais da biodiversidade em ganhos econômicos e social de maneira sustentável é singular. A aposta para se ter um modelo disruptivo conectados ao desenvolvimento de novos mercados, está o campo da bioeconomia, que pode se estabelecer e/ou abrir para diversos setores produtivos e especialidades com agregação de valor, de modo que a indicação geográfica, nesse aspecto, entra como um componente estratégico na cadeia de valor da bioeconomia, sendo a cadeia de valor, o conjunto de atividades criadoras de valor desde as fontes de matéria-prima até o produto final entregue ao consumidor (SHANK, 1997).

Em 2019, o Governo Federal (GF) lançou o Programa Bioeconomia Brasil - Sociobiodiversidade (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, 2019) com o objetivo de fomentar e estruturar cadeias e sistemas produtivos do extrativismo e da sociobiodiversidade baseados no uso econômico sustentável dos recursos naturais. Além disso a bioeconomia é um tema aderente na Agenda 2030 das Nações Unidas no âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Tais objetivos são ambiciosos e interconectados que abordam os principais desafios de desenvolvimento enfrentados por pessoas no Brasil e no mundo. (ONU, 2023).

A bioeconomia como circunscrita ao âmbito de uma economia verde, de baixo carbono e circular, parte-se de uma visão em que a natureza, mais do que uma provedora de recursos renováveis ou não, é uma provedora de serviços ecossistêmicos fundamentais para a manutenção da vida de maneira geral (PAMPLONA, 2021). Com isso, a bioeconomia pode ser entendida como processo de transformação econômica, social e política, que alinhado a utilização de novas tecnologias e inovações aplicada a esse processo com o propósito de agregar valor à produtos e serviços, com uma dinâmica construída por meio da participação ativa dos pares econômicos, instituições e organizações, sendo necessário uma interação do endógeno com as inteligências dos atores envolvidos, sobretudo nos aspectos culturais, conferir “valor” ao local que difere de outras regiões, utilizando essa diferenciação para o desenvolvimento econômico, social, ambiental e cultural.

Acerca das peculiaridades de determinados produtos devido a sua origem, histórico, aspectos físico-químico, manejo, método de produção dentre outras características únicas, a Indicação Geográfica (IG) emerge como um instrumento de propriedade industrial para distinguir a origem geográfica de um determinado produto ou serviço, e conferir significativamente “valor” ao local como diferencial do território e da qualidade.

Considerado o instrumento legal, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) é órgão que responsável pelo registro das IGs de produtos e serviços no Brasil, por meio da Lei de Propriedade

Intelectual (Lei 9.279/96), o registro é concedido em duas espécies, a Denominação de Origem (DO) e a Indicação de Procedência (IP). Dentre outros aspectos de tratar e obter produtos ou serviços da biodiversidade que tenham uma origem geográfica específica, seu registro reconhece reputação, qualidades e características que estão vinculadas ao local. Como resultado, elas comunicam ao mundo que certa região se especializou e tem capacidade de produzir e/ou prestar um serviço diferenciado e de excelência (INPI, 2023).

A partir da abordagem fundamentada sobre IG e bioeconomia considerando que ambas buscam agregar valor e alcançar mercado, geração de renda e desenvolvimento do território, compreender sua conexão como componente estratégico nas cadeias de valor, visto que ambos os conceitos focam o uso da biodiversidade e seu desenvolvimento sustentável, logo, um não sobrepõe à outra, pelo contrário, são impulsionadores e complementares. O artigo, pretende: (i) Apresentar os desafios das IGs do Amazonas a serem superados e a soluções aplicadas para o alcance mercadológico; (ii) identificar a indicação Geográfica (IG) como componente das cadeias de valor da bioeconomia para desenvolvimento dos territórios; e (iii) apontar as estratégias utilizada no uso de soluções disruptivas nos produtos e serviços das IGs e suas contribuições para a bioeconomia.

2. Desenvolvimento

2.1 Revisão da Literatura

2.1.1 Indicação Geográfica como Componente das Cadeias de Valor

As Indicações Geográficas no tocante, visa reconhecer os produtos ou serviços de um determinado território gerados de forma constante e única na região que, com o tempo ganha notoriedade, seja por questões tradicionais, culturais e históricas, sendo exclusivamente identificados com o nome geográfico dessa mesma localidade.

Nessa perspectiva, o conceito de IG surgiu a partir da percepção de consumidores, vendedores e produtores de particularidades que diferenciavam um determinado produto, pois as características não eram encontradas em bens equivalentes provenientes de outras regiões, passando a ser representada na forma de um signo aplicado sobre o produto com a finalidade de destacar tais peculiaridades (ADDOR; GRAZIOLI, 2002).

A primeira IG reconhecida no Brasil, foi o Vale dos Vinhedos que obteve pelo INPI a concessão em 2002 a indicação de procedência (IP), que contribuiu significativamente para o desenvolvimento na economia da região. Atualmente no Brasil temos registros de 77 IGs concedidas,

destas 56 são IP e 21 são DO. Na Região Norte do Brasil, temos 12 IGs concedidas, em especial, o Amazonas é o Estado que mais possui registros, totalizando 06 IGs concedidas (Figura 1), que são: Guaraná-Maués, Peixes ornamentais-Barcelos, Farinha Uarini/Tefé, Pirarucu de Mamirauá/Tefé e Abacaxi do Novo Remanso/Itacoatiara, que por meio de suas entidades de gestão estão em uso nos respectivos territórios. O Selo é a maneira que o consumidor identifica o produto ou serviço com IG de outro que não a possui, além disso, é por meio desse que é indicada a organização (substituta processual) que representa os produtores e um número de série que permite identificar origem dos produtos (rastreamento). Para Oliveira et al. (2009), a garantia do reconhecimento da origem e da qualidade dos produtos regionais é uma das principais formas de assegurar sua proteção e, assim, de preservar a reprodução de processos produtivos do “saber-fazer”, concorrendo para a sustentabilidade econômica da atividade dos produtores envolvidos.

Figura 1- Indicação Geográfica concedidas e suas entidades de gestão



Fonte: Autoria própria (2023)

Além das IGs concedidas, outras 3 propostas estão em processo de reconhecimento junto ao INPI, que são: Queijos de Autazes, o Mel de Abelhas Nativas de Boa Vista do Ramos e o Açaí de Codajás. Vale destacar que a obtenção do Selo de IG é uma etapa que compõe a cadeia do valor dos produtos com IG para conquistar o mercado diferenciado.

Entretanto, Mascarenhas e Wilkinson (2014) salientam que, apesar do potencial das Indicações Geográficas, existem diversos fatores que podem contribuir para o baixo número de IGs em países em desenvolvimento, como a falta de conhecimento da população, a inexistência ou insuficiência de aparato legal, a falta de infraestrutura institucional voltada para o reconhecimento e registro, a inexistência de políticas de suporte ao reconhecimento e manutenção, e a baixa propensão ao consumo de tais produtos por causa de seus preços diferenciados. Nesse contexto, Dutra (2009),

reforça que o processo de implantação de uma IG exige arranjos institucionais e produtivos “permeados por um tipo de governança inerente à região em que se localiza”.

O processo de implantação e regulamentação de uma Indicação Geográfica é longo e dispendioso, e a definição do regulamento de uso é uma questão complexa, uma vez que cada regra estabelecida implica risco de exclusão, seja por requisitos geográficos, seja pelas exigências técnicas, que podem acarretar custos e investimentos adicionais aos produtores (MARTINS; VASCONCELLOS, 2020). Logo, é um processo complexo, não linear, visto que abranger atividades múltiplas que demandam a atuação ordenada de agentes multi e interdisciplinares, envolvendo políticas públicas específicas, apoio de instituições de pesquisa, compartilhamento de experiências e de aprendizagem coletiva dos setores público e privado, entre outros aspectos (VELLOSO, 2008).

Nesse contexto, para superar os desafios, foi constituído o Fórum Estadual de Indicações Geográficas (IGs) e Marcas Coletivas (MCs) - Origens Amazonas, que reúne atores públicos e privados no âmbito do estado do Amazonas, com a missão de estimular a diferenciação, a inovação, a competitividade, o desenvolvimento regional de forma sustentável.

Nessa perspectiva, compreendemos que as IGs por meio do selo que distingue a origem do produto e a identificação da sua área de produção, são estratégias inovadoras que se estabelecem de formas especiais de proteção aos produtos.

2.1.2 Bioeconomia como Solução Disruptiva

A singularidade de transformar os recursos naturais da biodiversidade, em ganhos econômicos e sociais de maneira sustentável e inovadora é o grande desafio para a Amazônia. A bioeconomia é um importante pilar para o alcance de uma economia sustentável e está associada a mais da metade dos Objetivos do desenvolvimento Sustentável (ODS).

Nesse sentido, as atividades da bioeconomia têm um papel importante no cumprimento de acordos internacionais assumidos pelo País, atende às demandas dos consumidores para produtos sustentáveis e estão alinhadas com o modelo de desenvolvimento sustentável, convergente aos três pilares que o constituem: social, econômico e ambiental. Para que essas atividades se estabeleçam, no entanto, é fundamental criar e manter um ambiente competitivo e colaborativo. (CGEE, 2020).

Para conceituar a bioeconomia, é necessário definir seu escopo – ou seja, ter clareza quanto aos parâmetros que abrangem as atividades consideradas dentro do escopo da “bioeconomia”. É consenso que se trata de uma economia onde as variáveis: inovação, sustentabilidade e recursos naturais renováveis estão presentes. (CGEE, 2020). Trata-se de uma ciência que leva em conta os limites das atividades socioeconômicas para os quais um sistema biológico pode ser eficaz e eficiente

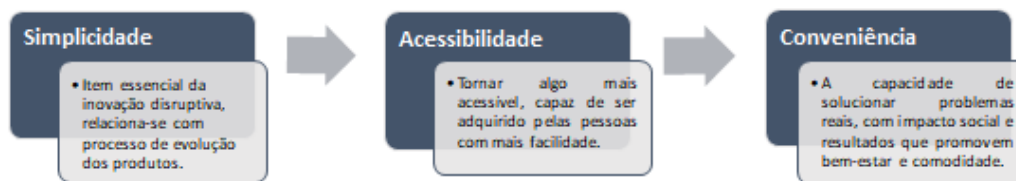
na utilização dos recursos sem destruir as condições para sua regeneração e, portanto, sua sustentabilidade.

Do ponto de vista de Val e Marcovitch (2021) para dar concretude ao conceito de bioeconomia, o estudo das cadeias de valor inicia-se pela perspectiva dos que produzem localmente. Em seguida, são identificados os componentes da cadeia de valor e as relações entre os agentes. Neste último segmento estão instituições capazes de potencializar as oportunidades da biodiversidade por meio do aumento da produtividade, do controle da qualidade por serviços especializados, da certificação do produto, da infraestrutura digital e da logística eficaz para o acesso aos mercados locais, nacional e internacional. Dentro desse contexto, a IG é um importante componente na cadeia de valor, visto que tem um papel fundamental na geração de valor local, tornando-se ferramenta de desenvolvimento, sobretudo, em áreas onde há baixos volumes de produção e escala.

Como processo de transformação econômica, social e política, a bioeconomia tem o propósito de agregar valor à produtos e serviços, que envolve toda a cadeia de valor conduzida pelo conhecimento científico e atrelada às soluções de inovações tecnológicas para gerar atividade econômica circular e benefício social e ambiental coletivo. Por essa razão é viável compreender que a aposta para se ter um modelo disruptivo conectado ao desenvolvimento de novos mercados, está no campo da bioeconomia que pode se estabelecer com uso da inovação tecnológica em abrir para diversos setores produtivos e especialidades com agregação de valor.

Na perspectiva e para contextualizar, o termo “disrupção”, o conceito surgiu em 1995 pelo professor de administração na Harvard Business School, Clayton Christensen, reconhecido por seus estudos na área de inovação dentro de grandes empresas. De acordo com o professor Christensen, “Inovação disruptiva”, descreve um processo pelo qual um produto ou serviço se enraíza inicialmente em aplicações simples na parte inferior de um mercado e depois sobe implacavelmente no mercado, eventualmente substituindo concorrentes estabelecidos”. Portanto, a inovação disruptiva acontece quando um produto que é anteriormente caro, complicado e muitas vezes inacessível, se torna mais acessível, com melhor custo-benefício e criam um novo mercado de consumidores, estremecendo de certa forma as empresas que eram líderes no setor. O Professor utiliza como exemplo, o desenvolvimento do computador ao longo dos anos, e, a inovação disruptiva na busca primordialmente atender 3 pilares (Figura 2) são: simplicidade, conveniência e acessibilidade.

Figura 2 - Pilares da inovação disruptiva



Fonte: Autoria própria (2023)

Contudo para a aplicação de soluções disruptivas e inovadoras, demanda de uma visão integrada e ampla das oportunidades de transformação nos produtos da biodiversidade e em negócios sustentáveis. Isso significa que a soma do conhecimento, experiências e visão de diferentes atores que atuam nas cadeias de valor tanto da IGs como na bioeconomia, tem maior chance de se encontrar soluções disruptivas e criar um mercado diferenciado, podendo-se assim considerar o processo da IG desde a organização dos documentos para o depósito junto ao INPI até sua aplicação no mercado uma solução disruptiva que se desenvolve de acordo com o produto ou serviço reconhecido.

Dessa maneira, a abordagem do tema das IGs em estabelecer-se como um componente das cadeias de valor da bioeconomia, considerando os territórios que possui selos concedidos, certamente é atual e estratégico, tendo em vista que ambas buscam superar os desafios para consolidar estruturas e governança, como também consolidar mercados para produtos que emergem da biodiversidade, além disso, considerando que o consumidor exige produtos de qualidade com diferencial competitivo e inovador, sobretudo quando se trata de produtos tradicionais que por si só já ganham destaque no mercado.

Em se tratando do diferencial competitivo e seu destaque no mercado, considerando que é uma questão fundamental para superar as barreiras mercadológica e entendê-la. Desse modo, Porter (1999), aponta que a prosperidade nacional não é algo herdado que emana dos recursos naturais de um país, mas é produto de um esforço criativo humano. Para ele, as diferenças nos valores nacionais, a cultura, as estruturas econômicas, as instituições e a história são fatores que contribuem para o êxito competitivo, mas a competitividade de um país depende da capacidade da sua indústria em inovar e melhorar. Portanto, para que seja efetivo todos os esforços para se ter um bem ou serviço com diferencial e chegar ao mercado é necessário aderir a soluções inovadoras.

Do ponto de vista de Castro (2021), explica que "os componentes de uma cadeia produtiva estão relacionados com o ambiente institucional que abrange as leis, normas e instituições normativas, além do ambiente organizacional que inclui as instituições de governo e de crédito, entre outras".

Nesse sentido, possibilita a integração dos elos da cadeia de valor, no qual é constante e necessário o olhar crítico para identificar as necessidades, fazer ajuste e manutenção da abordagem estratégica em todo o processo de alinhamento para o melhor desempenho de toda a cadeia, uma vez que o mercado está em constante mudança e acompanhar essa dinâmica é fundamental.

Portanto, é importante que toda a cadeia de valor seja orientada para o mercado, ou seja, que se mantenha a busca contínua para melhoria e compreensão da demanda e dos fatores que agregam valor à oferta, considerando os pilares da inovação disruptiva (simplicidade, acessibilidade e conveniência). Assim, a construção coletiva da estratégia é mais certa a simples intervenção de instituições de apoio baseadas em soluções empreendidas e adequadas à sua implementação.

Desse modo, a bioeconomia, a partir da utilização de tecnologias, ou seja, no uso de soluções inovadoras e disruptivas aplicadas aos recursos naturais, desenvolvem modelos sustentáveis de produção com alto valor agregado, e com impacto no mercado, possibilitando o processo de transformação econômica, social e política, que a partir dos elos Institucionais atuando em suas competências atribuídas, até mesmo superando paradigmas e adequando-se às novas modalidades industrial para se fazer desenvolvimento sustentável acontecer.

2.2 Procedimento Metodológicos

Para a elaboração do artigo, a utilizou-se a metodologia de pesquisa exploratória, qualitativa e estudo de caso, elaborado com base na proposta por Yin (2005) e Lakatos e Marconi (2017). Na etapa exploratória, foram realizadas pesquisas bibliográficas e documentais, por meio de temas que abordam os assuntos relacionados a IGs, bioeconomia e assuntos correlacionados, tal como cadeia de valor e soluções disruptivas. Concomitantemente foi possível acessar informações por meio do acompanhamento e orientações realizadas em torno das atividades dos foi realizada a participação em reuniões e grupos de discussões de IGs junto ao Fórum de Origens Amazonense de Indicação Geográfica e Marca Coletiva e grupos específicos que discutem o tema, a fim de coletar percepções sobre o tema trazendo para a discussão.

Posteriormente, foram aplicados questionários semiestruturado via a ferramenta online *Google Forms* aos líderes, agentes e atores institucionais que atuam com a temática buscando identificar seu papel nas discussões sobre a IG como componente das cadeias de valor da bioeconomia. Não foram coletadas informações sensíveis e os respondentes concordaram em disponibilizar os dados para a elaboração do artigo. Na etapa de sistematização e análise dos dados, utilizou abordagem qualitativa, considerando o ponto de vista do Minayo (2001) e Gomes (1996), que trabalham com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que

corresponde as relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. Abrangendo elementos ou aspectos com características comuns ou que se relacionam entre si.

Tabela 1 - Desafios e soluções questão do uso do selo de IG

IG	DESAFIO/PROBLEMA	SOLUÇÃO APLICADA
Peixe Ornamental – Alto Rio Negro	Falta de credibilidade do pescador sobre a cooperativa. Não acreditam na função da Cooperativa de Pescadoras e Pescadores Artesanais de Peixes Ornamentais do Médio e Alto Rio Negro - ORNAPESCA	Reestruturação da cooperativo ORNAPESCA, Plano estratégico para mobilização e Motivação aos pescadores associados e atração de novos; plano de Capacitação da gestão e associados.
Guaraná de Maués	Valorização do guaraná, criando um diferencial forte para a região por meio do fortalecimento do Selo de IG.	Ação conjunta entre SEBRAE, MAPA, IFAM e as próprias organizações dos produtores, novos produtores associados à IG Guaraná de Maués, ampliando de 15 para 52 produtores visitados e cadastrados para a safra de 2022, seguindo as normas e verificados pela Comissão de Avaliação da Associação da IG.
Farinha Uarini	Dificuldade na gestão da Associação dos Produtores de Mandioca da Região de Uarini- APRU quanto ao gerenciamento do negócio em razão da sua dimensão territorial e Individualismo entre os produtores	Reestruturação da associação e do conselho regulador. Oficina de formação e fortalecimento do associativismo dentro do território e busca de parceria institucional, em especial na logística de transporte possibilitando as atividades da Diretoria da APRU.
Abacaxi Novo Remanso	Desmotivação no uso do signo distintivo em seu produto e gestão após seu registro concedido pela Associação dos Produtores e Produtoras de Abacaxi da Região de Novo Remanso -ENCAREM.	Reestruturação da nova diretoria formada; pendência com a Receita Federal está regularizada; gestão de projetos para captar recursos.
Pirarucu de Mamirauá	Vencer os gargalos que envolvem a qualidade do produto e logístico para o escoamento adequado.	Elaboração de plano de negócios e estratégico da substituta processual, além de projetos para melhorar a infraestrutura atual de beneficiamento.

Fonte: Autoria própria (2023)

2.3 Apresentação, Análise e Discussão dos Resultados

Conhecer o momento atual, as experiências e avanços significativos das IGs nos territórios do Amazonas, e seu papel como um instrumento importante de agregação de valor à bioeconomia, fundamentado a partir de uma arcabouço teórico e análise de informações documentais é de extrema importância para guiar ações efetivas de desenvolvimento e aplicação das IGs. Foi aplicado um questionário semiestruturado a 25 representantes, líderes e agentes Institucionais que fazem parte Fórum Estadual de Indicações Geográficas (IGs) e Marcas Coletivas (MCs) - Origens Amazonas, bem como a pesquisadores atuantes na bioeconomia, os resultados obtidos de 11 respondentes, a seguir apresentamos uma recorte, considerando a percepção dos respondentes, conforme a síntese que consta nas Tabelas 1, 2 e 3.

Tabela 2 - Atores e Instituições que atuam nas ações de IG, bioeconomia e buscam ações conjuntas para superar desafios comuns nas cadeias de valor para alcançar o mercado.

Respondentes	Respostas
01	O assunto em tela tem sido discutido com frequência entre os atores no sentido de fortalecer as diversas cadeias com potencial bio- econômico e IGs.
02	Há pouca interação institucional. Poucos exemplos a citar, mas a parceria Embrapa x Sepror/IDAM isso é um deles.
03	De maneira pulverizada. Visto que nem sempre os produtos que recebem IG estão inseridos na bioeconomia de maneira adequada
04	Enxergo como dois mercados diferentes atualmente. Existem sim experiências de se convergem no quesito de apoio ao desenvolvimento. No entanto, unir ações conjuntas para resolução dos desafios das cadeias de valor, ainda não vejo nada sólido.
05	Sim, uma vez que são assuntos interligados, sendo meu ver a IG é uma ferramenta para o desenvolvimento da bioeconomia.
06	Sim. Por que se torna uma alternativa para agregar valor ao produto, geração de renda local e desenvolvimento sustentável nas regiões.

Fonte: Autoria própria (2023)

Tabela 3 - Uso de soluções disruptivas nas IGs e suas contribuições para a bioeconomia

Respondentes	Soluções Disruptivas
01	O melhoramento dos processos de produção, boas práticas e manipulação adequada dos produtos e o aproveitamento de derivados dos produtos das IGs.
02	Os mecanismos de comercialização por plataforma digital podem "aproximar" produtor e cliente. Mas há uma necessidade de fortalecimento de todas as cadeias de valor com a capacitação dos atores envolvidos em todas as etapas e a necessidade de agregação de valor nos produtos da bioeconomia.
03	Algumas sugestões de soluções estão sendo propostas relacionadas às formas de comercialização do produto. A alternativa imediata ainda está no beneficiamento do produto. Além disso, existe a discussão sobre a importação do produto. Mas não se sabe a melhor forma de importação.

Fonte: Autoria própria (2023)

3. Impacto das Principais Ações Implementadas

A partir do uso do selo de IG no território, são muitos os gargalos e desafios a serem superados e em cada etapa concluída novos gargalos surgem requerendo outros mecanismos de solução para continuar acessando o mercado, que é dinâmico. O seu resultado depende principalmente do modo de governança local, bem como da mobilização de recursos territoriais, aonde a associação assume o papel principal (VELLOSO, 2008).

Os ganhos com a concessão do selo foram destacados segundo os respondentes relacionando-se com a autoestima dos produtores, conectado a melhoria no preço do produto; proteção da cultura; valorização do produto; ganhos de mercado (novos clientes); credibilidade da marca ou do produto; geração de mercados para produto beneficiado; desenvolvimento territorial (fortalecimento dos comércios locais); melhor organização social para definição de preços e potencialização na busca por novos mercados. Nesse aspecto, Bruch (2008) destaca dois objetivos essencialmente, que do ponto de vista do produtor, busca-se retorno mais imediato, ou seja, um acréscimo no preço do bem a ser comercializado, tendo em vista a agregação de valor relacionado ao reconhecimento de sua origem geográfica. Por outro lado a autora frisa que o objetivo mediato mais relevante, é a concretização do reconhecimento de um lugar como originário de um determinado produto, que se encontra impregnado da história, da sua cultura, reputação e constância. Este reconhecimento não garante apenas o mercado para o produto, mas a permanência daquelas pessoas no lugar e garantindo o desenvolvimento sustentável.

Segundo os participantes da pesquisa os atores institucionais que mais atuam na mobilização, governança e manutenção das atividades da IG para alcançar o mercado, após o Selo ser concedido

pelo INPI são: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), Secretaria de Estado de Produção Rural (SEPROR), Instituto Nacional de Pesquisa da Amazônia – INPA, Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá (IDSM), Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação (SEDECTI); Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), além das Prefeituras, Organizações não governamentais (ONGS) e Projetos específicos que atuam em determinados territórios.

Foi perguntado sobre a clareza de entendimentos dos conceitos do tanto do termo de IG quanto o de bioeconomia. Nesses aspectos, os 90.9% dos respondentes confirmam ter o entendimento de ambos os conceitos, sendo que apenas 1 sinalizou que não conhece a fundo sobre o que abrange IG e sua importância, ainda que o conceito sobre o tema tenha sido apresentado para melhor entendimento. O mesmo percentual se repete quando perguntamos se IG converge com as ações da bioeconomia para alcançar o mercado, confirmando a relação entre os conceitos com o intuito de consolidação no mercado.

Além disso, os principais pontos que os respondentes consideram em comum para o impulsionamento tanto na cadeia de valor das IGs quanto na cadeia de valor da Bioeconomia para alcançar o mercado giram em torno de: a) Estratégias fortalecidas entre os atores para desenhar o modelo e negócio para atrair mercado como por ex: Melhoria na embalagem e aprimoramento da produção. b) Produto de qualidade, estrutura especializada; c) O turismo é uma ferramenta que precisa ser explorada; d) As vocações naturais e suas especificidades das diversas localidades da Amazônia podem servir como ponto de partida para o fortalecimento das cadeias de valores dos produtos da floresta e auxiliar na conquista de mercados, capacitação e agregação de valor na comercialização; e) Investimento em políticas públicas bem como nos problemas estruturantes que permeiam a base produtiva.

Na perspectiva de entender quais são as medidas de uso de soluções inovadoras e disruptivas nos produtos e serviços das IGs e as contribuições na bioeconomia, apostar em modelo disruptivo conectado ao desenvolvimento de novos mercados, está no campo da bioeconomia, e a partir do uso de soluções inovadoras simples aplicadas aos recursos naturais agregam valor e desenvolvem modelos sustentáveis de produção e com impacto no mercado. Como aborda o Christensen (2023), que descreve soluções disruptivas com um processo pelo qual um produto ou serviço se enraíza com aplicações simples e inesperadas na parte inferior de um mercado que posteriormente ganha de forma consistente no mercado, muitas das vezes substituindo concorrentes fortes.

4. Conclusões

Conclui-se, como apresentado ao longo do artigo que as IGs tem inúmeros benefícios estratégicos quando bem implementadas no campo sociais, econômicos e ambientais que refletem na melhoria de qualidade e padronização dos produtos; cooperação; cadeia valor sólida; agregação de valor ao produto; valorização do conhecimento tradicional, dentre outros aspectos, tanto a cadeia de valor da IG quanto a da bioeconomia oferecendo esses ganhos para o desenvolvimento do território com todo. No entanto, a partir dos resultados, notadamente, observa-se os desafios enfrentados tanto pelas primeiras IGs concedidas, quanto as IGs mais recentes, ambas enfrentam os mesmos desafios desde sua implementação. Contudo, sozinhas não desenvolve uma região, nesse aspecto os arranjos institucionais são de suma importância, visto que tem função de articular diversos atores, para superar os novos desafios, além dos já existentes, sobretudo os que tangem a questão mercadológica, sendo que a IG se mostrou uma ferramenta fundamental em um território com potencial econômico para agregar e apoiar na resolução dos desafios da cadeia de valor e da bioeconomia.

No entanto, para enfrentar o mercado dinâmico e competitivo dos produtos a partir da biodiversidade é preciso aplicar estratégias que busquem soluções disruptivas, e entendendo que para esse uso, as simples soluções e essenciais, ganha destaque para atingir o nicho de mercado, uma vez que quando aplicada no momento certo o produto ou serviço ganha o mercado muito mais rápida e tem um impacto maior, disponibilizando produtos acessível e com apelo sustentável, no entanto há necessidade de outros atores com competências mercadológicas a compor o movimento e fortalecer as cadeias de valor das IGs e bioeconomia, com isso darão foco para as nuances e particularidade do mercado, superando assim, a falta de interesse da comunidade que espera soluções que tragam valor a localidade no que tange a geração de renda.

Referências

ADDOR, F.; GRAZIOLI, A. Geographical indications beyond wines and spirits: a roadmap for a better protection for geographical indications in the WTO/TRIPPS agreements. **J. World Intell. Prop.**, v.5, n.6, p. 865-897. 2002.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO - MAPA. **O Programa Bioeconomia Brasil – Sociobiodiversidade**. Portaria nº 121, de 18 de junho de 2019.

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Consulta a Base de Dados INPI**. [Rio de Janeiro]: INPI, 2023. Disponível em: <https://busca.inpi.gov.br/pePI/>. Acesso em: 03 mai. 2023.

BRUCH, K. L. **Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas**. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; BOFF, Salete Oro; DEL'OLMO, Florisbal de Souza. (Org.). Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania.. 1 ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

- CASTRO, A. M. G. Prospecção de cadeias produtivas e gestão da informação. **Revista Transinformação**, v. 13, n.2, p. 55-72, jul/dez. 2001.
- CGEE - Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. **Oportunidades e Desafios da Bioeconomia. Perspectivas da Bioeconomia Brasileira com Base em Inovações Tecnológicas e de Mercado. Brasília: Centro de Gestão e Estudos Estratégicos**, 2020. Disponível em:
file:///C:/Users/roben/Documents/bolsista/material%20estudo%20de%20caso/Artigo%20R%C3%B4%20B%C3%A0ntes%20Ori/CGEE_Per_Bio_Bra_Bas_Ino_Tec_Mer.pdf Acesso em: 22 abr. 2023.
- CHRISTENSEN, C. **Disruptive Innovation**. Disponível em: <https://claytonchristensen.com/key-concepts/>, 2023. Acesso em: 09 jun. 2023.
- DUTRA, D. M. R. **Ações públicas e privadas na implantação e desenvolvimento da indicação geográfica do café em Minas Gerais: evolução e perspectivas na visão de seus gestores**. 2009. 166 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal de Lavras.
- GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. Indicações Geográficas no Brasil: **As Indicações de Procedências já outorgadas e as áreas e produtos com potencial de certificação**. In: XLVI Congresso da SOBER, 2008, Rio Branco - Acre. Anais..., Rio Branco, 2008.
- GOMES, R. **A análise de dados em pesquisa qualitativa**. In: MINAYO, M. C. S. (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- MARTINS, I. S. S.; VASCONCELLOS, A. G. A Relação entre o Regulamento de Uso das Indicações Geográficas e conhecimentos tradicionais: o caso do guaraná envolvendo os territórios de Maués e da Terra Indígena. **Cadernos de Prospecção**, v. 13, n. 1, p. 293-308. 2020.
- MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, v. 23, n. 2, p. 103-115. 2014.
- MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- OLIVEIRA, O. M. A. B., BASTOS, M., FONTENELE, M. A., PAQUEREAU, B. **Ações de pesquisa e de desenvolvimento para reconhecimento da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe-CE**. In: CONGRESSO NACIONAL DE LATICÍNIOS, 26, Juiz de Fora. Anais. Juiz de Fora: Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais, ref. 1-5. 2009.
- ONU - Organização das Nações Unidas. **Objetivos de desenvolvimentos sustentável no Brasil, 2019**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs> .Acesso em: 29 abr. 2023.
- PAMPLONA, L. de M. P.; SALARINI, J.; KADRI, N. M. Potencial da bioeconomia para o desenvolvimento sustentável da Amazônia e possibilidades para a atuação do BNDES = Potential of bioeconomy for the sustainable development of the Amazon and acting possibilities for the BNDES. **REVISTA DO BNDES**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 56, p. 55 -86, ed. esp., dez. 2021.
- PORTER, M. E. **Competição – estratégias competitivas essenciais**. 14ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Metodologia para a identificação de potenciais Indicações Geográficas Brasileiras**. 1. ed. Brasília: Inovates, 2020.

SHANK, J. K.; GOVINDARAJAN, V. **A revolução dos custos: como reinventar e redefinir sua estratégia de custos para vencer em mercados crescentemente competitivos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

VAL, A. L.; MARCOVITCH, J. Repensar a bioeconomia na Amazônia. **Jornal da Ciência**, p. 13, 2021. Disponível em: http://jcnoticias.jornaldaciencia.org.br/wp-content/uploads/2021/12/JC_796.pdf. Acesso em: 15 de mai. 2023.

VELLOSO, C. Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território um estudo de caso em Urussanga, SC**. 2008. 166 f. Dissertação (Mestrado em Agrossistemas) - Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.