

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE – UFS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA – POSGRAP
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA PROPRIEDADE
INTELECTUAL – PPGPI

ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI

MODELO DE ESTRATÉGIAS DE GESTÃO PARA UTILIZAÇÃO EM INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA DE RENDAS E BORDADOS

São Cristóvão – SE
Setembro de 2019

ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI

MODELO DE ESTRATÉGIAS DE GESTÃO PARA UTILIZAÇÃO EM INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA DE RENDAS E BORDADOS

Tese apresentada ao programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual, como requisito à obtenção do título de Doutor em Ciência da Propriedade Intelectual.

Orientadora Doutora Suzana Leitão Russo

São Cristóvão – SE

2019

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

Bianchini, Ilka Maria Escalante
B577m Modelos de estratégias de gestão para utilização em indicação geográfica de rendas e bordados / Ilka Maria Escalante Bianchini ; orientadora Suzana Leitão Russo. – São Cristóvão, 2019.
131 f.; il.

Tese (Doutorado em Ciência da Propriedade Intelectual) –
Universidade Federal de Sergipe, 2019.

1. Propriedade intelectual. 2. Indicações geográficas (Marcas de origem). 3. Artesanato. 4. Associações, instituições, etc. I. Andrade, Monike Barbosa, orient. II. Título.

CDU 347.77

MODELO DE ESTRATÉGIAS DE GESTÃO PARA UTILIZAÇÃO EM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE RENDAS E BORDADOS

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual, da Universidade Federal de Sergipe, como parte dos requisitos para a obtenção do Título de Doutora em Ciência da Propriedade Intelectual. Esta tese foi julgada e aprovada pela comissão abaixo assinada em 24 de setembro de 2019.

São Cristóvão, Sergipe, Brasil.

Profa. Dra. Suzana Leitão Russo – Orientadora
Universidade Federal de Sergipe – UFS

Profa. Dra. Maria Emília Camargo – Examinadora Interna
Universidade Federal de Sergipe – UFS

Prof. Dr. Norberto Nuno Pinto dos Santos – Examinador Externo
Universidade de Coimbra - UC

Profa. Dra. Ana Eleonora Almeida Paixão – Examinadora Interna
Universidade Federal de Sergipe - UFS

Prof. Dr. José Augusto Andrade Filho – Examinador Externo
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS

DEDICATÓRIA

Dedico essa tese à minha família, mãe, esposo e filha,
os quais me apoiaram, contribuíram e entenderam a minha ausência.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pois sem Ele nada seria possível.

À querida Professora Suzana Leitão Russo, excelente orientadora e parceira, por ter me incentivado, me guiado nesta jornada e me ensinado sobre orientação, visão de mundo e ciência.

À Universidade Federal de Sergipe - UFS, por me proporcionar a oportunidade de fazer Doutorado em tão conceituado Programa de Pós-graduação em Ciência da Propriedade Intelectual, e aos professores do programa, por compartilharem conhecimentos e oportunidades e pelas vivências e apoio mútuos. Ao secretário desse programa - Ruirógeres dos Santos Cruz, agradeço-lhe por toda ajuda e presteza.

Ao professor Norberto Nuno Pinto dos Santos, da UC – Universidade de Coimbra, em Coimbra - Portugal, pela receptividade e apoio durante a nossa permanência no doutorado sanduíche.

Aos Professores da banca de qualificação Maria Emília Camargo, Ana Eleonora Almeida Paixão, José Augusto Andrade Filho, e Luís Felipe Dias Lopes, pelos ensinamentos e contribuições valiosos para o desenvolvimento deste trabalho.

Aos professores da banca de defesa Maria Emília Camargo, Ana Eleonora Almeida Paixão, José Augusto Andrade Filho e Norberto Nuno Pinto dos Santos pela disposição em avaliar e contribuir para a conclusão do trabalho.

Às associadas e à gestão das Associações de Rendas e Bordados com Indicação Geográfica Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora – SE – ASDEREN; ao Conselho das Associações das Cooperativas; às Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença - Cariri Paraibano - PB – CONARRENDA; ao Instituto Bordado Filé de Alagoas – INBORDAL, das Lagoas de Mundaú-Manguaba, Região das Lagoas Mundaú-Manguaba – AL, em especial a Maria José de Souza, Maria do Socorro da Costa e Petrucia Ferreira Lopes, pelo acolhimento, suporte logístico e apoio na aplicação dos questionários.

Às rendeiras de Portugal das rendas de Tibaldinho, Lenço dos Namorados e Bilro, pela recepção e disponibilidade em responder os questionários.

Aos colegas do Instituto Federal de Sergipe - IFS, pelo incentivo e apoio; aos alunos do Instituto, pelo incentivo e apoio e também por terem compreendido a minha ausência.

À minha mãe Geracy Escalante Bianchini, que contribui em tudo, principalmente durante a jornada em Portugal.

A meu marido, Josael Bruno de Souza Lima, por ter me acompanhado em todos os momentos da jornada; pela paciência e ajuda com as viagens; tabulações de informações, elaborações de tabelas, diagramações e criatividade. A minha filha Izadora Bianchini Silva, por deixar os amigos no Brasil e seguir comigo para o mundo. A Ana Lúcia, a qual sempre cuidou de minha casa, de minha família e de mim.

A meus amigos e minhas amigas de longa e breve data, agradeço-lhes pelos ensinamentos e companheirismo, suas ajudas sempre vieram, tanto no cognitivo quanto no emocional. Nos momentos de dificuldades, enfrentados ao longo desses anos, vocês sempre estiveram ao meu lado.

Muito obrigada a todos que contribuíram, de diversas formas, para conclusão desta tese e que, de alguma forma, passaram pela minha trajetória como ser humano.

Por fim, peço desculpas se deixei de mencionar alguém. Foram tantos amigos, em algum momento, no Brasil e fora dele, de uma forma ou de outra, me ajudando e contribuindo no desenvolvimento da Tese e no meu aprimoramento pessoal.

EPÍGRAFE

...

E para o encanto dos olhos,
surgia com esplendor,
a renda, que mais parecia,
obra de Nosso Senhor.

Salve a mulher rendeira,
que traz a magia nas mãos.
Dentro da nossa história,
é lenda e tradição.

...

Dalinha Catunda

RESUMO

Com a economia globalizada, as diversas organizações vêm buscando inovar para sobreviver. Uma ferramenta que proporciona diferencial para produtos de pequenas ou grandes organizações, são as Indicações Geográficas – IG, que no Brasil foram instituídas pela Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, conhecida como Lei da Propriedade Industrial, a qual regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial e instituiu duas modalidades de IG, a Indicação Geográfica de Procedência - IP e a Denominação de Origem - DO. Dentro da Propriedade Industrial, as Indicações Geográficas valorizam e protegem produtos tradicionais vinculados a uma determinada localidade, ao mesmo tempo trazem contribuições positivas para a economia local. O Registro de uma IG cabe ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, regida pela resolução nº. 75 do Instituto, a qual estabelece as condições para esse registro. As Associações de produção de artesanato de renda e bordado no Brasil, que têm obtido o selo de indicação geográfica, agregam artesãos que retiram o sustento das suas famílias quase que exclusivamente com a venda dos produtos das associações. Diversas ações e ferramentas de gestão podem ser associadas à IG e utilizadas pelas organizações, objetivando melhor desempenho no mercado. Modelo de Gestão é um conjunto de ações que visam atingir objetivos. Alinhamento estratégico em gestão pode ser entendido como o ordenamento das estruturas internas da empresa como seus sistemas processuais, para facilitar o alcance dos objetivos da organização. Este estudo buscou caracterizar o perfil das associadas e das associações de Rendas Irlandesa, Renascença e do Bordado Filé, procurou relacionar o nível de alinhamento estratégico das mesmas com seus mercados, objetivando desenvolver um modelo teórico de gestão e estratégias que promovam a adequação e a integração entre mercado e estrutura administrativa das associações. O trabalho foi iniciado com pesquisa bibliográfica, o qual precedeu à pesquisa de campo. Na pesquisa bibliográfica foram utilizados artigos, teses e dissertações disponíveis nas bases *on-line* dos períodos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. A pesquisa de campo foi realizada no Brasil, nos meses de maio e junho de 2019, e em Portugal, nos meses de novembro de 2018 a abril de 2019. A coleta de dados foi através de questionário semiestruturado. A pesquisa teve uma amostragem não probabilística intencional e utilizou a metodologia denominada bola de neve. Identificou-se que nem todas as associações conseguem trabalhar dentro das premissas e exigências do selo de Indicação Geográfica - IG. O alinhamento estratégico da INBORDAL atualmente é eficiente na manutenção dos aspectos econômicos da comunidade. A ASDEREN está em um estágio intermediário na busca do melhor alinhamento estratégico e vem promovendo ações importantes para chegar a um equilíbrio econômico para a associação. A CONARRENDA ainda enfrenta problemas estruturais e culturais mais severos na busca pela eficiência no alinhamento estratégico.

Palavras-chaves: Indicação Geográfica, Estratégias de Gestão, Artesanato, Associações de classe.

ABSTRACT

With the globalized economy, various organizations are seeking to innovate to survive. One tool that provides differentials for products of small or large organizations is the Geographical Indications - IG, which in Brazil were instituted by Law No. 9,279, of May 14, 1996, known as the Industrial Property Law, which regulates rights and obligations relating to industrial property and established two types of GI, the Geographical Indication of Origin - IP and the Denomination of Origin - DO. Within Industrial Property, Geographical Indications value and protect traditional products linked to a locality, while making positive contributions to the local economy. Registration of an IG is the responsibility of the National Institute of Industrial Property - INPI, governed by resolution no. 75 of the Institute, which establishes the conditions for such registration. The lace and embroidery handicraft production associations in Brazil, which have obtained the seal of geographical indication, aggregate artisans who derive a living from their families almost exclusively by selling the products of the associations. Several actions and management tools can be associated with GI and used by organizations, aiming at better performance in the market. Management Model is a set of actions that aim to achieve goals. Strategic management alignment can be understood as the organization of the company's internal structures as its procedural systems, to facilitate the achievement of the organization's objectives. This study aimed to characterize the profile of the Irish Lace, Renaissance and Embroidery Filé associates and associations, sought to relate their level of strategic alignment with their markets, aiming to develop a theoretical management model and strategies that promote adequacy and integration between market and administrative structure of associations. The work started with bibliographic research, which preceded the field research. In the bibliographic research were used articles, theses and dissertations available in the online bases of the periods of the Coordination of Improvement of Higher Education Personnel - CAPES. The field research was carried out in Brazil, from May to June 2019, and in Portugal, from November 2018 to April 2019. Data were collected through a semi-structured questionnaire. The research had an intentional non-probabilistic sampling and used the methodology called snowball. It was found that not all associations can work within the premises and requirements of the Geographical Indication seal - IG. INBORDAL's strategic alignment is currently effective in maintaining the economic aspects of the community. ASDEREN is at an intermediate stage in the search for the best strategic alignment and has been promoting important actions to reach an economic balance for the association. CONARRENDA still faces more severe structural and cultural problems in its quest for efficiency in strategic alignment.

Keywords: Geographical Indication, Management Strategies, Handcrafts, Class Associations.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo de Alinhamento Estratégico de Henderson e Venkatraman.....	24
Figura 2 - Fluxograma do Trabalho.....	31
Figura 3 - Fluxo metodológico da seleção dos artigos sobre alinhamento estratégico	40
Figura 4 - Quantidade de artigos publicados sobre Alinhamento Estratégico de 1950 a 2017	43
Figura 5 - Nuvem de palavras-chaves dos artigos selecionados.	46
Figura 6 - Total de depósitos de Indicação Geográfica - IG por região do Brasil, de 2000 a 2016	54
Figura 7 - Total de depósitos de Indicação Geográfica – IG, por Estado da Região Nordeste do Brasil - 2000 a 2016.....	55
Figura 8 - Tipos de Indicações Geográfica – IG concedidas no Brasil - 2000 a 2016.....	55
Figura 9 - Tipos de Indicações Geográfica concedidas no Nordeste do Brasil - 2000 a 2016.	56
Figura 10 – Registros de Indicação Geográfica por tipo de produto/serviço junto ao INPI para o período compreendido entre os anos 2000 a 2017	68
Figura 11 - Modelo de Estratégias de Gestão para as Associações de Rendas e Bordado com Indicação Geográfica- IG	105

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Delineamento do estudo	25
Quadro 2 - Quantidade de artigos produzidos com “ <i>strategic aligmenmt</i> ” no título	41
Quadro 3 - Fator de Impacto das Periódicos com Artigos com <i>strategic aligmenmt</i> no título	41
Quadro 4 - Percentual dos periódicos e fator de impacto	43
Quadro 5 - Portfólio bibliográfico sobre avaliação de citações.....	44
Quadro 6 – Indicações Geográficas de Artesanato, local, data de concessão	68
Quadro 7 - Aspectos das estratégias de gestão	103
Quadro 8 - Estratégias Gerenciais nos Negócios.....	105
Quadro 9 - Estratégias Gerenciais para Infraestrutura e Processos Organizacionais	106

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Tipo de Satisfação, Questões e Elementos a serem avaliados	29
Tabela 2 – Primeiro Filtro – Eixos da categoria da pesquisa	39
Tabela 3 – Registro concedidos de Indicação Geográfica por tipo de produto/serviço junto ao INPI para o período compreendido entre os anos 2000 a 2017	67
Tabela 4 - Idade das Associadas.....	81
Tabela 5 - Nível de escolaridade da população pesquisada.....	82
Tabela 6 - Renda familiar da população pesquisada	82
Tabela 7 - Se é provedor da casa	83
Tabela 8 - A renda/bordado como principal atividade econômica das associadas.....	83
Tabela 9 - Quantos dias por semana as associadas se dedicam à produção de renda/bordado	83
Tabela 10 - Quantas horas por dia as associadas se dedicam à produção de renda/bordado ...	84
Tabela 11 - Qual o destino das peças produzidas pelas associadas.....	84
Tabela 12 - Idade das Associadas.....	93
Tabela 13 – Nível de Escolaridade das Associadas.....	93
Tabela 14 - Renda familiar da população pesquisada	94
Tabela 15 - Sabe o que é Indicação Geográfica	94
Tabela 16 - Recebeu treinamento nos pontos da renda ou bordado com IG	94
Tabela 17 - Aumento de venda das rendas/bordado com o selo de Indicação Geográfica?.....	95
Tabela 18 - Houve alguma mudança na produção após a Indicação Geográfica?	95
Tabela 19 - Quais mudanças ocorreram após a conquista do Selo de IG.....	95
Tabela 20 - Teve algum trabalho recusado na associação ou por algum cliente?	96
Tabela 21 - Qual a razão do trabalho ter sido recusado.....	96
Tabela 22 - Satisfação Geral com a associação.....	96
Tabela 23 -Significâncias das questões do Bloco 3.....	104

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

A&HCI	<i>Arts & Humanities Citation Index</i>
AAPE	Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João Del-Rei
AICSUL	Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul
AL	Alagoas
AREJA	Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins
ASDEREN	Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora
BADEPI	Base de Dados Estatísticos sobre Propriedade Industrial
BSC	<i>Balanced scorecard</i>
CAAE	Certificado de Apresentação para Apreciação Ética
CAPES	Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
CONARENDA	Conselho das Associações das Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença
CPCI-S	<i>Conference Proceedings Citation Index- Science</i>
CPCI-SSH	<i>Conference Proceedings Citation Index - Social Science & Humanities</i>
DO	Denominação de Origem
ES	Espírito Santo
FIRJAN	Federação das Indústrias do Rio de Janeiro
IBM	<i>International Business Machines</i>
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IG	Indicação Geográfica
INBORDAL	Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IP	Indicação Geográfica de Procedência
IPAC.	Instituto Português de Acreditação
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
LPI	Lei da Propriedade Industrial
MG	Minas Gerais
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PAB	Programa do Artesanato Brasileiro
PB	Paraíba
PI	Piauí
PT	Portugal
PIB	Produto Interno Bruto
RS	Rio Grande do Sul
SCI- EXPANDED	<i>Science Citation Index Expanded</i>
SE	Sergipe
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SPMS	Sistema Estratégico de Medição de Desempenho
SNQCPAT	Sistema Nacional de Qualificação e Certificação de Produções Artesanais Tradicionais
SSCI	<i>Social Sciences Citation Index</i>
TI	Tecnologia da Informação

TO	Tocantins
TRIPS	<i>Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights</i>
UE	União Europeia
UFS	Universidade Federal de Sergipe
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
WIPO	<i>World Intellectual Property Organization</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	17
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	18
1.2 OBJETIVOS	19
1.2.1 Objetivo Geral	19
1.2.2 Objetivos Específicos	19
1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA	19
1.4 DELINEAMENTO DO ESTUDO	20
1.5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	26
1.5.1 População e Amostra	28
1.5.2 Instrumento da Coleta de Dados.....	29
1.5.3 Roteiro Metodológico.....	30
1.5.4 Técnica de Análise de dados	31
1.6 ESTRUTURA DA TESE	32
2 ALINHAMENTO ESTRATÉGICO: MODELOS DE GESTÃO E OUTRAS POSSIBILIDADES ORGANIZACIONAIS	34
3. INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO NORDESTE DO BRASIL	49
4 PROPRIEDADE INTELECTUAL E DESENVOLVIMENTO REGIONAL: ARTESANATO COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL	60
5. PESQUISA EM ASSOCIAÇÕES DE ARTESANATO DE RENDEIRAS E BORDADEIRAS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO NORDESTE DO BRASIL NORTE DE PORTUGAL	76
6. PERFIL DAS ARTESÃS E A RELAÇÃO DE SATISFAÇÃO COM AS ASSOCIAÇÕES DE ARTESANATO COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE RENDAS E BORDADOS NO NORDESTE DO BRASIL	89
7. MODELO DE ESTRATÉGIAS DE GESTÃO.....	101
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
REFERÊNCIAS	112
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO - TCLE	116
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO COM ASSOCIADAS.....	118
APÊNDICE C – ROTEIRO - ENTREVISTAS COM GESTORES DA ASSOCIAÇÃO	120
APÊNDICE D – RESULTADOS DA PESQUISA.....	122
ANEXO A - PARECER DE APROVAÇÃO DO COMITÊ DE ÉTICA.....	127

1 INTRODUÇÃO

As associações de produção de rendas e bordados, além de serem um ambiente de convívio social, são também espaços destinados à geração de rendimento para a comunidade envolvida. No mundo atual, com a economia globalizada, esse tipo de organização vem buscando inovar para sobreviver e as associações de produção de artesanato de renda e bordado no Brasil, que têm obtido o selo de Indicação Geográfica, apresentam um diferencial de mercado agregando visibilidade e confiabilidade ao produto.

As Indicações Geográficas – IG, trazem muitos benefícios para a localidade e o produto, como valorização e proteção. Fazem parte da Propriedade Intelectual, que abrange todas as regras tendentes à proteção industrial, direitos do autor e do *know how*, como qualquer outro direito de propriedade, objetivando a proteção do autor, sendo o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI o responsável pelo registro e normatização dos processos que envolvem uma IG.

Considera-se a conquista do selo de Indicações Geográficas – IG, por associações de rendas e bordados no Brasil, algo muito recente, sendo de 2012 a mais antiga. A gestão de uma instituição, como uma associação, fica a cargo das associadas, as quais nem sempre possuem conhecimentos técnicos adequados à função de gestor. A construção e oferta de modelos de alinhamento estratégico, que ajudem gestores a melhorarem a condução dos seus negócios, podem ser o diferencial para a sustentabilidade de empresas com as características das associações de rendas e bordados.

Os Modelos de Gestão são conjuntos de ações que visam ajudar as organizações a atingir seus objetivos. Alinhar a empresa com o mercado consumidor, ordenar as estruturas internas da empresa com seus sistemas processuais, pode facilitar a gestão não só nas decisões do dia a dia, mas também nas escolhas, posicionamento estratégico e rentabilidade.

Esta pesquisa investigou o perfil de três associações de rendas e bordados, com Indicação Geográfica – IG, no Nordeste do Brasil, as Rendas Irlandesa, Renascença e o Bordado Filé. Buscou-se conhecer o alinhamento estratégico e desenvolver um novo modelo de gestão para beneficiar as associações com IG, levando-as a uma melhor integração com o mercado consumidor e ao mesmo tempo potencializar todos os recursos disponíveis.

A investigação teve início com pesquisa bibliográfica, a qual precedeu a pesquisa de campo realizada no Brasil, nos meses de maio e junho de 2019, e em Portugal, nos meses de novembro de 2018 a abril de 2019. A coleta de dados foi realizada através de questionário semiestruturado, com uma amostragem não probabilística intencional e metodologia denominada Bola de Neve.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

O local de origem de um produto certificado pode ser uma localidade, uma cidade, uma região ou um país. A Indicação Geográfica - IG informa ao consumidor que uma mercadoria é produzida em um certo lugar e tem certas características que são ligadas ao local de produção. Essa chancela pode ser utilizada por todos os produtores que desenvolvem suas atividades na localidade de abrangência da IG. Uma Indicação Geográfica pode ser protegida de acordo com a legislação vigente em cada país e protege os produtos contra atos de concorrência desleal, além de também estarem presentes em leis de proteção dos consumidores, leis para a proteção de marcas de certificação ou marcas coletivas, leis especiais para a proteção de Indicações Geográficas ou de denominações de origem (BRASIL, 1996).

Para Kakuta (2006), a proteção de uma IG pode originar vários benefícios para quem produz, quem consome e para a região do país, sendo que um dos primeiros resultados que se espera de uma Indicação Geográfica, é agregação de valor ao produto ou aumento de rendimento ao produtor, entre outros melhoramentos.

Brasil (2014, p. 45) destaca ainda que “O reconhecimento de uma IG, em uma região, pode induzir à abertura e ao fortalecimento de atividades e de serviços complementares, relacionadas à valorização do patrimônio, à diversificação da oferta, às atividades turísticas, ampliando o número de beneficiários”, muito parecido com o que vem ocorrendo com as Indicações Geográficas – IG, prontamente citadas. Rodrigues Valente (2012) coloca que as IG constituem um direito coletivo; portanto, qualquer produtor que respeite o que foi definido como padrão para o produto ou serviço certificado, tem o direito de aplicar a designação protegida, a seus produtos também, sempre se submetendo a disposições que ajustam a proteção e os controles.

De acordo com Brasil (2014, p. 44), “IG são, com frequência, originárias de regiões agrícolas desfavorecidas, onde os produtores não têm condições de reduzir o custo de produção. Dessa forma, eles são levados a apostar na valorização da qualidade e dos conhecimentos locais.” Podemos observar que as rendas com Indicação Geográfica de Sergipe, Paraíba e o bordado de Alagoas se enquadram nesse ambiente, tornando-se mais do que uma atividade econômica, produzindo também valorização cultural.

Observando essa premissa de valorização de produtos, serviços e região, bem como da manutenção ou elevação da qualidade do produto ou serviço com o selo da Indicação Geográfica, seguindo nesta linha de raciocínio, pode-se enunciar a seguinte pergunta de pesquisa: **O atual alinhamento estratégico utilizado pelos gestores das associações, com**

Indicação Geográfica - IG das Rendas Irlandesa, Renascença e o Bordado Filé, é eficiente na manutenção dos aspectos econômicos das comunidades artesãs?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver Estratégias de Gestão que promovam a adequação e integração entre mercado e estrutura administrativa, recursos financeiros, tecnológicos e humanos das Indicações Geográficas.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar o perfil das associações de rendas e bordados;
- Verificar se o padrão de qualidade do produto permanece dentro da aprovação do selo da Indicação Geográfica;
- Identificar as variáveis do alinhamento estratégico das associações de renda e bordados e o nível de alinhamento estratégico com seus mercados;
- Apontar as principais influências das Indicações Geográficas das rendas Irlandesa, Renascença e do Bordado Filé no desenvolvimento da Associação;
- Compilar os procedimentos utilizados na implantação das estratégias de gestão a serem utilizadas nas associações de rendas e bordados com Indicação.

1.3 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, em seu artigo 27, garante o direito de benefício da proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de autoria artística científica ou literária. A Organização Mundial da Propriedade Industrial administra diversos tratados para a proteção das Indicações Geográficas, entre os quais a Convenção de Paris para Proteção da Propriedade Industrial de 1883 e o Tratado de Lisboa para a Proteção de Denominações de Origem e seu Registro Internacional de 1958 (OMPI, 2017b).

As Indicações Geográficas valorizam e protegem produtos tradicionais vinculados a uma determinada localidade; ao mesmo tempo, trazem contribuições positivas para a economia local; beneficia o desenvolvimento regional e geram um incremento ao faturamento dos produtores e comerciantes (FABRIS et al., 2012; LOCATELLI, 2007).

As Associações de produção de artesanato de renda e bordado no Brasil, que têm obtido o selo de IG, agregam artesãos que retiram o sustento de suas famílias, quase que exclusivamente, com a venda dos produtos da associação. As pessoas à frente da gestão das

associações de renda e bordado com Indicação Geográfica – IG, nem sempre são qualificadas para a atividade.

As atividades de gestão, muitas vezes, são realizadas por pessoas que não estão preparadas tecnicamente para a função. A busca por uma gestão eficiente, no suprimento das necessidades econômicas das associações, tem sido trabalhada por instituições de fomento ao comércio e indústria e as prefeituras.

Existem vários debates com relação aos aspectos econômicos relacionados com a propriedade intelectual e com alguns que trazem questões mais sociais. O presente trabalho busca olhar para uma realidade brasileira específica, visando desvendar as relações entre associações com Indicação Geográfica - IG e sua relação com o mercado, para propor um alinhamento estratégico e destacar oportunidades para as Indicação Geográfica - IG das rendas. Torna-se relevante para propriedade intelectual, na medida em que não existem modelos de alinhamento estratégicos aplicados às IG.

Este estudo é importante para as instituições públicas de ciência da propriedade intelectual, pois ao construir um instrumento que promove a integração entre o mercado e a estrutura administrativa de uma Indicação Geográfica, propondo um modelo de gestão alinhado às necessidades e ao mercado das associações com IG, possibilita que estas possam atuar de forma assertiva rumo a seus objetivos e aos objetivos do mercado onde ela está inserida.

Pode ainda tornar-se útil para gestores de localidades que possuem ou pretendem buscar o registro de Indicação Geográfica dos seus produtos tradicionais, ofertando um instrumento balizador de suas ações. Busca-se contribuir com a formulação de políticas públicas, bem como com o conhecimento relacionado ao tema, no âmbito acadêmico, e de maneira geral. Destaca-se que a proposta pode ser considerada relevante na medida em que se propõe a debater um tema de interesse econômico e social, com uma abordagem distinta.

A busca por uma ferramenta que possa efetivamente contribuir com a melhoria da gestão das Indicações Geográficas, conectada com os estudos realizados sobre turismo e administração de empresas; a possibilidade de aliar isso à propriedade intelectual e, ainda, contribuir com um ambiente agregador de ideias e pessoas, como uma associação de mulheres, motivou a realização desse trabalho.

1.4 DELINEAMENTO DO ESTUDO

Nos últimos vinte anos, o mundo teve sua economia globalizada e a tecnologia e a inovação, nos meios produtivos, tornaram-se fatores decisivos na sobrevivência das empresas. Para se manterem vivas nesse cenário, cada vez mais competitivo, as empresas estão inovando

e mais atentas às mudanças do mercado, como também tomando decisões rápidas e mais frequentes do que antes (MAXIMIANO, 2012; GOVINDARAJAN e TRIMBLE, 2015).

Com foco no desenvolvimento territorial e observando as ações de muitos países, o Brasil promulgou a Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, conhecida como Lei da Propriedade Industrial - LPI, instituiu a Indicação Geográfica de Procedência - IP e a Denominação de Origem - DO. A Lei trata da Propriedade Industrial no Brasil, regula direitos e obrigações relativas à propriedade industrial (BRASIL, 1996).

A convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI define propriedade intelectual como “a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico” (OMPI, 2017a).

A Propriedade Intelectual abrange todas as regras tendentes à proteção industrial, direitos do autor e do *know how*. Os direitos de propriedade intelectual se assemelham a qualquer outro direito de propriedade e compreendem patentes, desenhos industriais, marcas e indicações geográficas. A propriedade intelectual protege o criador ou proprietário de uma patente, marca registrada ou direitos autorais, possibilitando que este lucre com os benefícios derivados de seu trabalho ou de investimento em relação a uma criação (RUSSO et al., 2011).

Nos seus artigos, de 176 a 182, a Lei estabelece o que constitui Indicação Geográfica, Indicação de Procedência – IP ou Denominação de Origem - DO, a abrangência e restrições. Segundo a Lei, considera-se 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. A Denominação de Origem -DO é 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 (BRASIL, 1996).

O registro e a concessão de uma Indicação Geográfica cabem ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, é regida pela resolução nº. 75 do Instituto, a qual estabelece as condições para esse registro, visando evitar a utilização indevida de uma indicação geográfica para determinado produto ou serviço, pois delimita a área geográfica do uso aos

produtores e prestadores de serviços da região, buscando manter padrões locais, impedindo que outras pessoas utilizem o nome da região em produtos ou serviços indevidamente, garantindo a proteção do nome geográfico, diferenciando o produto ou serviço no mercado (INPI, 2011).

Uma Indicação Geográfica - IG é uma chancela utilizada em produtos estabelecendo que estes são originários de uma determinada área geográfica, garantindo assim sua origem e legados a ela relacionados, como qualidades, reputação, história. Indicações geográficas podem ser utilizadas para uma multiplicidade de artigos, como produtos agrícolas, artesanato, ou qualquer outro que almeje destacar qualidades específicas, que podem ser encontradas no local de origem do produto, como habilidades manufatureiras peculiares e tradições (BRASIL, 2014).

Produtos protegidos por IG podem apresentar uma função relevante na ativação e no apoio aos processos locais de desenvolvimento sustentável nas áreas rurais, mas de acordo com Belletti et al. (2015) isso não acontece automaticamente, é um processo de gestão. Para o autor, é preciso ponderar o apoio concedido aos produtos da Indicação Geográfica como fornecedores de bens públicos locais, pois, apesar do apoio ser necessário, é preciso uma mistura ponderada de ações públicas e privadas, deixando espaço para gerenciamento coletivo.

Modelos de gestão podem ser classificados de diversas formas, de acordo com seu uso e foco; podem ser direcionados para diferentes áreas funcionais das organizações e se relacionam com os três níveis de decisões e operações das empresas - os níveis estratégico, tático e operacional. São combinações de estratégias, com foco nos objetivos da organização, considerando o ambiente onde a mesma está inserida. Alinhamento estratégico é um modelo de gestão que busca alinhar os objetivos da organização com os objetivos do mercado (ASSEN, BERG e PIETERSMA, 2010; HENDERSON E VENKATRAMAN, 1993).

Alinhamento estratégico pode ser entendido como o ordenamento das estruturas internas da empresa como seus sistemas processuais, humanos, organizacionais, de informação, de estrutura, financeiros, entre outros, para facilitar o alcance dos objetivos da organização, ou da estratégia do negócio, com foco no mercado onde está inserida (HENDERSON E VENKATRAMAN, 1993).

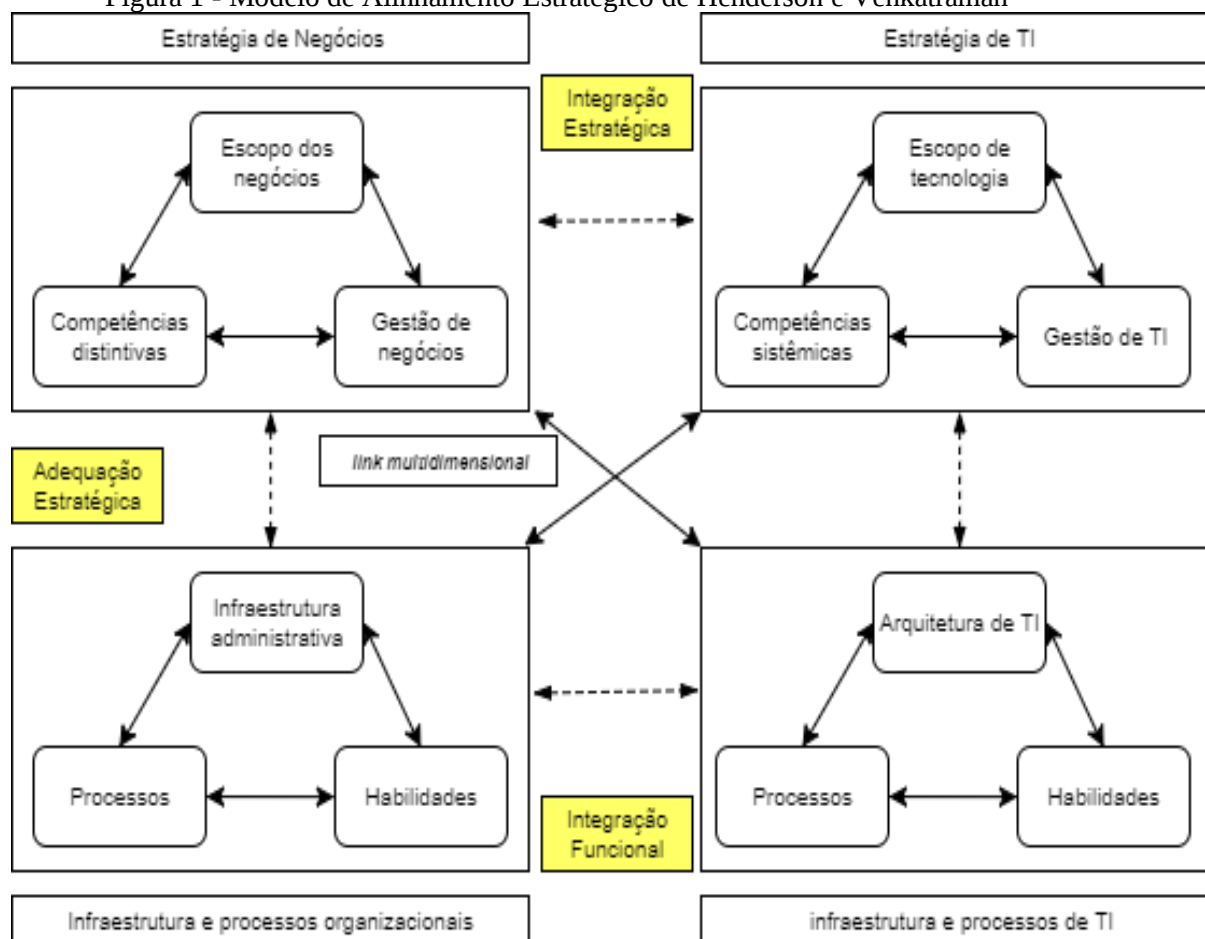
Para Henderson e Venkatraman (1993), cujo foco foi Tecnologia da Informação, o alinhamento estratégico envolve duas dimensões: ajuste estratégico e integração funcional. Os autores propõem que o alinhamento estratégico corresponda à adequação e integração funcional entre ambiente externo e interno para desenvolver as competências e maximizar o desempenho organizacional. Para eles, o processo de gerenciamento estratégico é composto de uma série de

eventos que, quando unidos, levam a um alinhamento estratégico, ou seja, a estratégia de negócios deve estar alinhada à estrutura da empresa.

Estratégia é o caminho que uma organização escolhe ou planeja para atingir seus objetivos, metas, desafios, de maneira diferenciada, como observa Oliveira (2008, p 299), ou ainda, a seleção dos meios para se realizar um objetivo conforme Maximiano (2012). Estratégias são ações ou caminhos escolhidos que podem se tornar muito gerais e abstratos. Para sustentar uma estratégia, é possível utilizar as técnicas estratégicas, que é a forma estruturada e interativa para se atingir os objetivos, como um roteiro a ser seguido, com ações técnicas de gestão (OLIVEIRA, 2008).

Entre todos os modelos observados, o de Henderson e Venkatraman (1993), denominado Modelo de Alinhamento Estratégico, harmoniza-se melhor com as necessidades encontradas para o trabalho com as associações. Demonstrem o poder deste modelo em termos de duas características fundamentais da gestão estratégica: ajuste estratégico (inter-relações entre componentes externos e internos) e integração funcional (integração entre domínios comerciais e funcionais). Pode-se considerar esse modelo com um dos melhores para o alinhamento estratégico entre empresa e mercado, servindo de base para a construção do modelo da tese.

Figura 1 - Modelo de Alinhamento Estratégico de Henderson e Venkatraman



Fonte: Henderson e Venkatraman (1993). Elaborado pela autora (2019).

Considerando que renda e bordado estão relacionados com artesanato, e no caso das rendas e bordados, com Indicação Geográfica, formarem uma atividade econômica relevante, é importante lembrar que artesanato faz parte da economia criativa, por alguns também denominada de economia cultural, que tem como matéria-prima a criatividade. A chamada indústria criativa abrange diversas atividades humanas; no entanto, estão mais relacionadas a algumas áreas, como *design*, moda, arquitetura, artes, produção cultural, cinema, turismo, mídia, entre outros. Em se tratando de Brasil, os dados sobre a economia criativa também são animadores, pois estima-se que a participação da cadeia criativa no Produto Interno Bruto - PIB brasileiro, em 2015, passou de 2,56% para 2,64%, o que equivale a R\$ 155,6 bilhões (FIRJAN, 2016).

Sobre pesquisas de Indicações Geográficas no Brasil, Druzian e Nunes (2012) sinalizam que existem muitas lacunas e destacam que as principais questões a serem investigadas e monitoradas incluem: o impacto da IG sobre a produção, turismo e preservação do patrimônio cultural regional; a eficácia da Indicação Geográfica, com relação ao aumento da concorrência; o processo específico da implementação da IG, e a interação entre atores para o controle e

melhoria da qualidade. As políticas públicas de Indicações Geográficas se conectam com outras políticas públicas, incluindo turismo, desenvolvimento regional, competitividade, entre outras.

Quadro 1 – Delineamento do estudo

OBJETIVOS	HIPÓTESE - H	REFERENCIAL	PROCEDIMENTOS
Caracterizar o perfil das associações de rendas e bordados.		Gil (2006).	Revisão bibliográfica, pesquisa de campo com observações e questionário com as associadas e gestores das associações.
Verificar se o padrão de qualidade do produto permanece dentro da aprovação do selo da IG.	HA) Após o selo de IG as associadas mantêm o padrão de qualidade do produto.	Belletti, G.; Marescotti, A.; Kakuta, S. M. Souza, A. L.L. de, et al. (2006) Russo et al. (2011) Touzard, J-M. (2015); Fabris et al. (2012).	Revisão bibliográfica, pesquisa de campo com observações e questionário com as associadas e gestores das associações.
Identificar as variáveis do alinhamento estratégico das associações de renda e bordados e o nível de alinhamento estratégico com seus mercados.	HB) As indicações geográficas são instrumentos que contribuem para o desenvolvimento das associações pesquisadas.	Assen, Berg e Pietersma, (2010); Henderson, J. C.; Venkatraman, H. (1993) Silvestro, R.; Silvestro, C. (2003)	Revisão bibliográfica, pesquisa de campo com observações e questionário com as associadas e gestores das associações.
Apontar as principais influências das indicações geográficas das rendas Irlandesa, Renascença e do Bordado Filé no desenvolvimento da associação.	HC) As estratégias das associações de rendas das rendas Irlandesa, Renascença, do Bordado Filé refletem as necessidades do mercado.	Belletti, G.; Marescotti, A.; Touzard, J-M. (2015); Kakuta, S. M. Souza, A. L.L. da, et al. (2006); Rodrigues Valente (2012)	Revisão bibliográfica, pesquisa de campo com observações e questionário com as associadas e gestores das associações.
Compilar os procedimentos utilizados para a implantação das estratégias de gestão a serem utilizadas nas associações de rendas e bordados com Indicação Geográfica.			Revisão bibliográfica, pesquisa de campo com observações e questionário com as associadas e gestores das associações e processamento dos dados obtidos. Relacionar as melhores práticas para propor o modelo.
Desenvolver estratégias de gestão que promovam a adequação e integração entre mercado e estrutura administrativa, recursos financeiros, tecnológicos e humanos das Indicações Geográficas.	HD) O modelo encontrado de alinhamento estratégico para Indicações Geográficas de artesanato contribui nas estratégias de gestão.	Assen, Berg e Pietersma, (2010); Chenhall, R. H. (2005); Henderson, J. C.; Venkatraman, H. (1993) Silvestro, R.; Silvestro, C. (2003); Decoene, V.; Bruggeman, W. (2006);	Verificar quais as melhores relações dos dados obtidos. Utilizar Qui Quadrado com Simulações de Monte Carlo.

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O Quadro 01 mostra o delineamento do estudo, relacionando os objetivos, as hipóteses, o referencial e os procedimentos a serem utilizados para alcançar o pretendido.

Esta tese possui delimitações devido ao espaço geográfico e aos aspectos das associações com certificação de IG. Foram selecionadas apenas associações de artesanato relacionadas com rendas e bordados e que obtiveram o selo de Indicação Geográfica. Em relação ao espaço geográfico, o estudo limita-se aos estados do Nordeste do Brasil como Sergipe, Alagoas e Paraíba, e os municípios de abrangência do Selo de IG das associações pesquisadas.

1.5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A fim de alcançar os objetivos no desenvolvimento desta tese, considerou-se apropriado utilizar uma abordagem metodológica com metodologia qualitativa e quantitativa. Conforme a abordagem de Gil (2006), sobre a pesquisa quantitativa, o autor propõe que é a mensuração dos dados coletados, convertidos em números, que espelham as opiniões e informações, possíveis de serem classificadas e analisadas.

A pesquisa possui uma combinação de revisão da literatura, pesquisa de campo e tratamento dos dados. É a pesquisa exploratória que, de acordo com Gil (2006), envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas, que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado, e análise de exemplos, que incitam a compreensão, logo que se buscou fazer o reconhecimento do objeto de estudo e entendê-lo de forma ampla, mas, também pesquisa descritiva, levantando opiniões, atitudes e valores, objetivando proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.

Foi uma pesquisa mista por sua natureza e métodos que se completaram. Teve início com pesquisa bibliográfica e seguiu com pesquisa de campo. Foi realizado levantamento, atualização e análise de bibliografia especializada, referente aos temas de alinhamento estratégico, modelo de gestão e associações de artesanato com Indicação Geográfica, utilizando, para isso, os recursos existentes na biblioteca da Universidade Federal de Sergipe - UFS, seja nos periódicos e livros de seu acervo, seja pela recuperação dos mecanismos existentes para fontes secundárias e, também, acesso a fontes disponibilizadas na internet. As informações levantadas também foram a base para a construção da estrutura de coleta de dados a serem analisados.

O primeiro elemento a ser pontuado para a seleção das associações a serem pesquisadas foi possuir o Selo de IG, seguido da classificação como artesanato. Na sequência, foi levada em consideração a localização geográfica no Nordeste do Brasil e, ainda, a relação com a promoção e geração de rendimentos para mulheres. A pesquisa teve uma amostragem não probabilística intencional e utilizou a metodologia denominada bola de neve.

A aplicação dos questionários teve início com uma representante da amostra, que indicou uma ou mais integrantes do grupo e a amostra foi crescendo como uma bola de neve. Handcock e Gile (2008) colocam que esse tipo de amostra pode ser utilizado quando se tratar de uma população altamente especializada e de pequeno número de integrantes, quando um elemento indica outro com a finalidade de obter uma amostra não probabilística.

Para a realização dessa pesquisa, escolheu-se como objeto de estudo as seguintes associações de artesanato: a Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora – SE, o Conselho das Associações das Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença – CONARENDA, Cariri Paraibano - PB e o Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba, Região das Lagoas Mundaú-Manguaba – AL. Todas com o selo de Indicação Geográfica na modalidade de Indicação de Procedência e localizadas no Nordeste do Brasil.

Foi também realizada pesquisa em Portugal, através de um programa de Doutorado Sanduíche com bolsa da Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior – CAPES, nos meses de novembro de 2018 a abril de 2019, quando se verificou a existência do alinhamento estratégico utilizado pelos gestores das associações de artesãos, com Certificação ou Indicações Geográficas, visando conhecer a adequação e integração utilizada entre mercado e estrutura administrativa, ações estratégicas para captação e manutenção de clientes, recursos financeiros, tecnológicos e humanos das IG das comunidades artesãs, que desfrutaram de décadas de experiência e renome.

De acordo com o fluxograma da pesquisa, descrito na Figura 2, este estudo teve como objetivo caracterizar o perfil das associadas e das associações de Rendas Irlandesa e Renascença e do Bordado Filé e relacionar o nível de alinhamento estratégico delas com seus mercados. A partir de um universo de 495 indivíduos em três associações, cerca de 125 artesãs foram entrevistadas, respondendo ao questionário sobre o seu nível sócio educacional, seu trabalho, sua relação com a associação e a relação da associação com o mercado consumidor. Foram entrevistadas também as gestoras das associações, a fim de delimitar as ações de cada gestão.

Esta é uma pesquisa mista, visto que sua natureza e métodos se completam. Inicialmente, foi realizada uma visita nas associações para identificação e reconhecimento. A primeira visita foi em fevereiro de 2018, quando foram realizados os primeiros contatos entre a pesquisadora e as associações. Nessa visita, foram levantados dados gerais sobre as associações. Os questionários foram aplicados em uma segunda visita, que aconteceu no mês de maio de 2019, nas três instituições selecionadas.

Em Portugal foram entrevistadas dezenove rendeiras e bordadeiras certificadas pelas Câmaras Municipais e Entidades Certificadoras oficiais, por seus trabalhos e peças, em três diferentes conselhos. As entrevistas ocorreram nos meses de fevereiro, março e abril de 2019 durante a realização do Doutorado Sanduíche.

Para se obter os dados do estudo, dois tipos de questionários foram construídos para a coleta, o primeiro (Apêndice B), para descrever o perfil das associadas de cada instituição pesquisada. O segundo questionário (Apêndice C), para levantar as informações sobre a gestão das associações e o nível de alinhamento delas com o mercado.

Os questionários contidos nos anexos desta tese foram aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa - CEP e foram atribuídos o Certificado de Apresentação para Apreciação Ética – CAAE Nº: 99116418.7.0000.8042. Os comprovantes de submissão e aprovação da pesquisa junto ao CEP estão apresentados no Anexo A.

1.5.1 População e Amostra

A Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora – SE atualmente conta com aproximadamente sessenta pessoas vinculadas, das quais cinquenta responderam o questionário de associada e três responderam o questionário de gestão; o restante não quis responder ou não foi encontrado.

O Conselho das Associações das Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença - CONARENDA Cariri Paraibano - PB é uma instituição que representa várias associações, conta com cerca de quatrocentas mulheres em diversas associações, das quais três associações participaram e cinquenta associadas responderam o questionário de associada e três responderam o questionário de gestão.

O Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba, Região das Lagoas Mundaú-Manguaba – AL conta com trinta e cinco associadas; das quais vinte e cinco responderam o questionário de associada, três responderam o questionário de gestão, quatro mulheres estavam afastadas para tratamento médico e três não quiseram responder. Com isso, o resultado da amostra foi de cento e vinte e cinco entrevistadas.

Para coletar os dados, as participantes foram abordadas enquanto estavam trabalhando ou em suas residências; antes de se iniciar os questionamentos, as informações contidas eram expostas e mostradas, sendo que ficou livre a concordância em participar da pesquisa, lida e registrada, em termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice A), quando realizada a entrevista, além dos questionamentos, também foi autorizada pelos mesmos, conforme Apêndice B e C.

1.5.2 Instrumento da Coleta de Dados

O Instrumento de coleta de dados foi através de entrevistas com questionários semiestruturados aplicados na amostra definida. O instrumento de pesquisa contemplou diferentes itens para os diferentes públicos entrevistados. Para as associadas, o questionário foi dividido em três blocos: no primeiro, buscou-se a caracterização das entrevistadas com levantamento de dados demográficos; no segundo bloco, buscou-se identificar e caracterizar as atividades desenvolvidas pelas associadas, se houve mudanças em função da indicação geográfica e do tipo de trabalho e produção delas; o terceiro bloco está relacionado com o nível de satisfação com a associação.

O terceiro bloco do questionário contou com onze questões que buscavam avaliar a satisfação das pesquisadas em relação à associação como um todo, as ações de gestão da associação e as ações mercadológicas.

Tabela 1 - Tipo de Satisfação, Questões e Elementos a serem avaliados

TIPO DE SATISFAÇÃO	QUESTÕES	ELEMENTOS A SEREM AVALIADOS
Satisfação geral com a associação	C1, C4, C11	Satisfação com a associação em geral, satisfação com a infraestrutura da associação, satisfação em ser uma associada
Satisfação com ações de gestão	C3, C5, C6, C8, C9	Satisfação com conselho regulador, satisfação com o atendimento do gestor, satisfação com as exigências da Indicação Geográfica, satisfação com processos e procedimentos internos da associação
Satisfação com ações mercadológicas	C2, C7, C10	Satisfação com as vendas, satisfação com o preço dos produtos, satisfação com o lucro

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

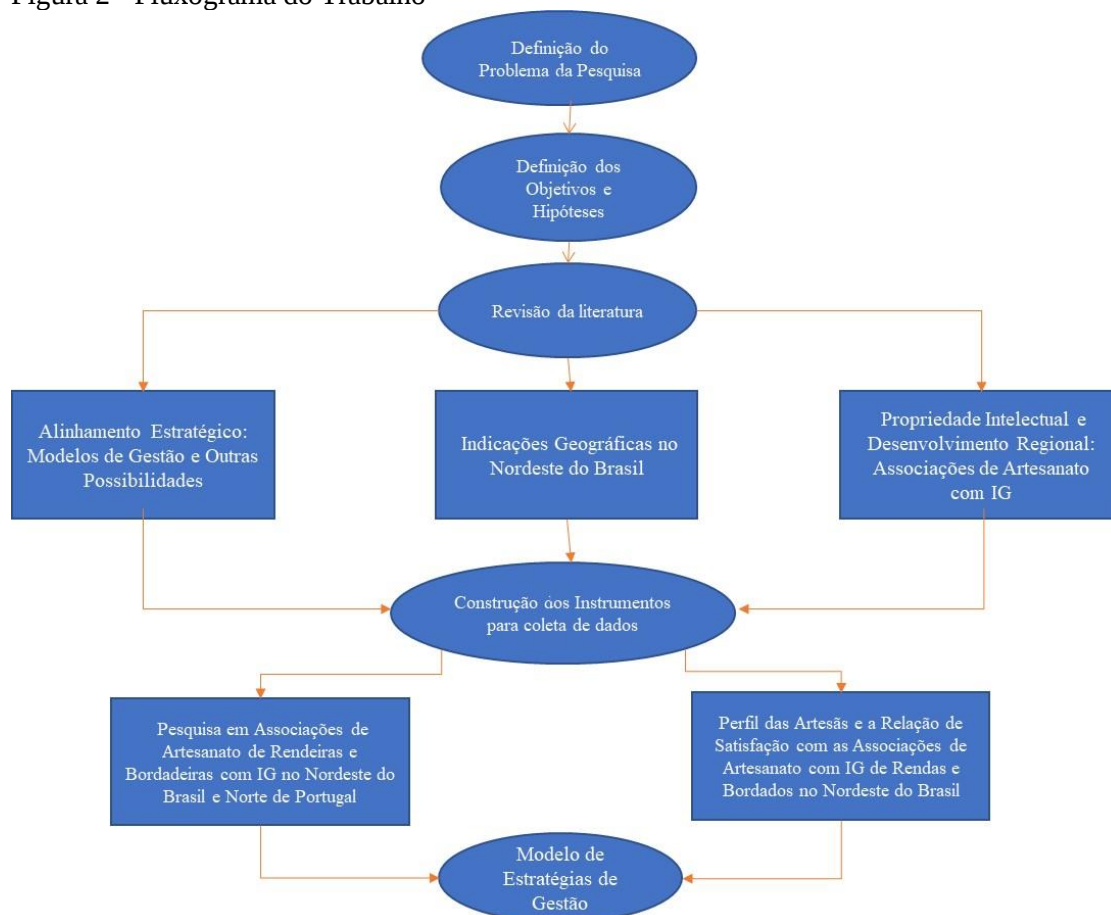
Para as gestoras das associações, foram elencados outros itens, em três blocos também. O primeiro, relacionado com o selo de Indicação Geográfica – IG; o segundo bloco, com foco na governança da associação e o terceiro, com a satisfação em relação ao desempenho da associação. Nesse questionário, foi possível identificar elementos tais como as motivações enfrentadas no processo de gestão das associações; quais as principais barreiras enfrentadas no processo de gestão, as ações para a proteção da IG dos produtos desenvolvidos, as ferramentas de gestão utilizadas, a satisfação dos clientes internos e externos com os produtos e serviços da associação.

1.5.3 Roteiro Metodológico

Nesta tese, foi adotado o roteiro metodológico conforme retratado no fluxograma da Figura 2, evidenciando o que se pretendeu alcançar nas pesquisas com cada grupo a ser entrevistado, de associadas e associações. No início, foi definido o problema da pesquisa e ligado a este os objetivos gerais e específicos a serem alcançados. A princípio foi realizada uma revisão bibliográfica para melhor compreender o alinhamento estratégico, modelo de gestão, indicação geográfica e associações de artesanato, com foco na relação entre eles.

Depois de se conhecer as áreas em que o tema está inserido, foi realizada a descrição da metodologia e a construção dos instrumentos de coleta de dados (Anexos B e C). Com a coleta de dados, buscou-se caracterizar o perfil das associações e o nível de satisfação das associadas; buscou-se averiguar a existência de um padrão de qualidade; verificar as variáveis e o nível do alinhamento estratégico das associações; distinguir as principais influências das indicações geográficas no desenvolvimento das associações; identificar as ações de gestão desenvolvidas pela gestão, bem como problemas enfrentados e soluções encontradas. A coleta de dados tem como finalidade fornecer elementos para formular um modelo de gestão adequado às associações de artesanato com Indicação Geográfica e depois realizar as considerações finais.

Figura 2 - Fluxograma do Trabalho



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

1.5.4 Técnica de Análise de dados

A análise dos dados nesta tese foi realizada em duas partes: a primeira, contemplou a análise do perfil dos participantes para a qual se utilizou a estatística descritiva, buscando verificar a idade, escolaridade, rendimento familiar, local de moradia, entre outros dados das associadas. Na sequência, foi identificada a percepção das integrantes das associações sobre a Indicação Geográfica, qualidade do produto e produção. No seguimento, analisou-se o nível de satisfação das associadas com as associações, com o mercado e com as ações de gestão.

Para a validação das análises, foi aplicado o Teste de Qui Quadrado com Simulações de Monte Carlo, utilizado para testar a associação entre duas variáveis, por ser um teste não paramétrico, independente dos parâmetros populacionais. O Teste de Qui Quadrado analisa o relacionamento entre duas variáveis categóricas (frequências) em tabelas de contingência. A Hipótese Nula (H_0), ou hipótese a ser testada, é a de que não existe associação entre as variáveis, isto é, as variáveis são independentes. Como resultado do teste, existe o p-Valor, em que se for menor que o nível de significância do teste, que é de 5% (0,05), a decisão a ser tomada é a de rejeitar a Hipótese Nula, o que quer dizer que existe associação entre as variáveis.

testadas. Porém, se o p-Valor for maior ou igual ao nível de significância, a decisão é a de não rejeitar a Hipótese Nula, o que quer dizer que não existe associação entre as variáveis (PESTANA E GAGEIRO, 2014).

O Teste de Qui Quadrado com Simulações de Monte Carlo foi utilizado para testar a associação entre duas variáveis, aplicado inicialmente entre a variável C1 (Qual a sua satisfação geral com a associação?) Com as demais variáveis do Bloco 3, testando a associação de C1 com cada variável individualmente. Em seguida, as variáveis foram separadas em blocos de interesse e representatividade para a pesquisa, considerando satisfação geral, satisfação com as ações de gestão e satisfação mercadológica e a significância foi gerada.

Os dados foram analisados utilizando um programa da IBM - *International Business Machines* - chamado IBM SPSS, do Departamento de Estatística da Universidade Federal de Sergipe – UFS.

1.6 ESTRUTURA DA TESE

A tese está organizada em oito seções: na seção 1 é descrito o problema central, contextualiza-se e definem-se os objetivos, a justificativa, a relevância, as delimitações e as metodologias do estudo.

A seção 2 apresenta um artigo que prospecta os conceitos que envolvem alinhamento estratégico e modelo de gestão.

A seção 3 mostra um artigo sobre as Indicações Geográficas no Nordeste do Brasil.

A seção 4 apresenta um artigo sobre propriedade intelectual, desenvolvimento regional e a relação do artesanato com Indicação Geográfica no Brasil.

Na seção 5 observa-se um artigo sobre a pesquisa realizada nas associações de artesanato com Indicação Geográfica no Nordeste do Brasil, a pesquisa realizada em Portugal, o Doutorado Sanduíche, e os resultados obtidos dos blocos 1 e 2 dos questionários.

Na seção 6 está um artigo com os resultados dos blocos 2 e 3 da pesquisa e o nível de satisfação das associadas.

Na seção 7 estão o modelo teórico de gestão e as estratégias de gestão sugeridas para as associações de rendas e bordados com Indicação Geográfica com base nas pesquisas bibliográficas e de campo realizadas, e as análises dos resultados;

Na seção 8 constam as considerações, as quais são mostradas seguidas das referências utilizadas na tese.

Após as referências, apresentam-se os apêndices com o termo de consentimento livre esclarecido, o questionário com associadas e gestoras das associações e todos os resultados da pesquisa em forma de tabelas.

Apresenta-se ainda, como anexo, o parecer de aprovação do comitê de ética.

2 ALINHAMENTO ESTRATÉGICO: MODELOS DE GESTÃO E OUTRAS POSSIBILIDADES ORGANIZACIONAIS

Esta publicação pode ser encontrada em sua versão original em língua inglesa na revista *International Journal of Development Research*, volume: 06, número 08, 2018, com 15 páginas, ID do artigo 10.31686 Disponível em <https://ijer.net/ijer/article/view/1041>.

Ilka Maria Escalante Bianchini - Instituto Federal de Sergipe - IFS
ibianchini@yahoo.com.br

Suzana leitão Russo- Universidade Federal de Sergipe - UFS
suzana.ufs@hormail.com

Robelius De Bortoli - Universidade Federal de Sergipe – UFS
robelius@yahoo.com.br

Liária Nunes da Silva - Instituto Federal do Piauí
liaria.nunes@ifpi.edu.br

José Augusto Andrade Filho - Instituto Federal de Sergipe
augustoa@gmail.com

Resumo

Alinhamento estratégico é um termo utilizado desde a década de 1940. Nas últimas décadas passou a ser também utilizado na área de gestão. O objetivo deste estudo foi analisar as abordagens de diferentes pesquisadores sobre o conceito de alinhamento estratégico e sua utilização nas empresas. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliométrica seguida de análise bibliográfica, usando a base de periódicos Web Of Science. A pesquisa bibliométrica forneceu parâmetros e sistematizou a seleção de artigos relacionados com a temática, bem como ajudou na organização dos dados. A análise bibliográfica permitiu identificar conceitos de alinhamento estratégico e suas aplicações nos mais diversos setores e situações empresariais e como podem ser utilizados por todos os tipos de empresas atualmente.

Palavras-chave: Alinhamento estratégico, Gestão, Modelos, Análise bibliométrica.

Abstract

Strategic alignment is a term used since the 1940s, in recent decades it has also been used in the management area. The objective of this study was to analyze the approaches of different researchers on the concept of strategic alignment and its use in companies. For this, a bibliometric research was carried out followed by bibliographical analysis, using the base of periodicals Web Of Science. The bibliometric research provided parameters and systematized the selection of articles related to the subject, as well as helped in the organization of the data. The bibliographic analysis allowed to identify concepts of strategic alignment and its applications in the most diverse sectors and business situations and how they can be used by all types of companies today.

Keywords: Strategic alignment, Management, Models, Bibliometric analysis.

Introdução

Nos últimos cinquenta anos o mundo teve sua economia globalizada e a tecnologia e a inovação nos meios produtivos tornaram-se fatores decisivos na sobrevivência das empresas. Para se manterem vivas nesse cenário, cada vez mais competitivo, as empresas estão buscando inovar e ficar atentas às mudanças do mercado, como também tomar decisões muito mais rápidas e com mais frequência do que antes.

Alinhamento estratégico é tido como um modelo de gestão que busca alinhar os objetivos da organização com os objetivos do mercado. Sátyro et al. (2014) colocam que alinhamento estratégico ocorre quando a estrutura, em todos os seus aspectos, e a estratégia estão alinhadas dentro de uma organização, para que ela possa agir coerentemente rumo a seus objetivos.

Neste artigo, o tema Alinhamento Estratégico é visto através dos artigos científicos levantados, apenas de forma conceitual; na sequência, passa a ser visto também por meio das práticas, principalmente como as empresas empregam o alinhamento estratégico como modelo ou estratégia de gestão e o impacto deste nos objetivos e resultados da organização.

O objetivo deste estudo foi, inicialmente, levantar informações quantitativas sobre o tema, para depois identificar e relacionar artigos científicos com relatos de aplicação, resultados e técnicas de modelos de gestão voltados para alinhamento estratégico, com os diversos focos da indústria ou serviços. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliométrica na base de dados eletrônica Web of Science, com artigos científicos em inglês, no período de tempo de 1940 até 2017, seguido de uma análise bibliográfica dos artigos finais selecionados.

Considera-se que bibliometria diz respeito à contagem de publicações ou citações encontradas nas bases de publicações científicas e acadêmicas (Coates et al., 2001). Para Yoshida (2010, p. 58), o foco desse método está na determinação da quantidade de vezes que determinados termos aparecem nas publicações ou na quantidade de publicações que contenham os termos rastreados. Identificou-se a evolução do tema no meio acadêmico, aliado a boas práticas de gestão e o resultado da pesquisa será utilizado em tese de doutoramento.

Alinhamento Estratégico

Diversos termos afins ou tidos como sinônimos de alinhamento estratégico foram relacionados por Sátyro et al. (2014) em suas pesquisas, sendo os mesmos alinhamento da estrutura (*structure alignment*), contingência estratégica (*strategic contingency*), coalinhamento estratégico (*strategic coalignment*), ajuste estratégico (*strategic fit*), consistência estratégica (*strategic consistency*), modelo de congruência (*congruence model*) e

alinhamento de estratégias (*strategy alignment*), sendo todos os termos voltados para gestão.

Com o foco em Tecnologia da Informação, Henderson e Venkatraman (1993) foram alguns dos primeiros a tratarem sobre alinhamento estratégico e envolveram duas dimensões das organizações: ajuste estratégico e integração funcional, sendo que o ajuste estratégico reconhece a necessidade de fazer escolhas que posicionem a empresa em um mercado, e também escolher a melhor estrutura dos arranjos internos da empresa para conseguir esse posicionamento estratégico de mercado, no que eles chamam de uma integração funcional.

As contribuições de Bergeron et al. (2004) em alinhamento estratégico trabalham o ajuste do mesmo para entender como as organizações podem traduzir sua implantação de tecnologia da informação - TI em aumentos reais no desempenho. Para os autores, as organizações devem ajustar suas estruturas e estratégias de TI. Segundo os autores, a noção de alinhamento estratégico é que o desempenho organizacional é a consequência do ajuste entre dois ou mais fatores como estratégia, estrutura, tecnologia, cultura e meio ambiente, mantendo o foco na TI.

Seguindo a linha de tecnologia da informação – TI, iniciada com Henderson e Venkatraman (1993), foi criado por Diaz (2011) um modelo de alinhamento estratégico para alinhar o desenvolvimento econômico e a sustentabilidade em cidades peruanas, visando preencher a lacuna em termos de objetivos, competências e cultura entre profissionais de negócios e TI. O autor propõe um novo quadro para representar o alinhamento, de forma que múltiplas estratégias e caminhos possam ser reconhecidos, favorecendo o diálogo e a coordenação, adaptando o modelo para o desenvolvimento econômico e a sustentabilidade ambiental.

Muito próximo da tecnologia da informação – TI, Chenhall (2005) coloca o alinhamento estratégico através da proposta do seu Sistema Estratégico de Medição de Desempenho – SPMS, trabalha informações integrativas para ajudar os gerentes a obterem resultados estratégicos positivos. Propõe um sistema que contempla três dimensões inter-relacionadas, sendo as mesmas: a amplitude em que os sistemas proporcionam a integração entre estratégia e operações e a integração entre elementos da cadeia de valor, o segundo atributo, a orientação do cliente, e a terceira dimensão, a orientação do fornecedor.

Alinhamento estratégico, diversas vezes, é utilizado com foco nas pessoas ou em gestão de pessoas e liderança. Papke-Shields e Malhotra (2001) abordam a questão do envolvimento ou não das pessoas responsáveis pela produção no planejamento estratégico e nas tomadas de decisão da organização. Para esses autores, a melhoria do desempenho do negócio é um alinhamento estratégico entre a direção da organização, o setor executivo e o operacional de

fabricação. Os autores consideram que esse é o alinhamento que realmente afeta o desempenho do negócio.

Combinando elementos da gestão como motivação dos gerentes de nível médio, Decoene e Bruggeman (2006) trabalham alinhamento estratégico com foco no relacionamento, motivação e desempenho organizacional em um quadro de indicadores equilibrados – Balanço Score Card - BSC - um sistema abrangente de medidas de desempenho estrategicamente alinhadas. Da mesma forma, voltado para gestão de pessoas, Soube (2001) trabalha a liderança como vantagem competitiva, colocando que existem problemas para lidar com mudança, reagindo à mesma ao invés de vê-la como uma oportunidade para o crescimento profissional e pessoal.

Outro autor que lida com o tema alinhamento estratégico, gestão de pessoas e mudança, Beer (2005), aborda que, para operar de forma eficaz, as organizações precisam alinhar seu ambiente, estratégias, capacidades e habilidades de liderança. Para isso, desenvolveu uma plataforma de liderança integrada e disciplinada, que uma equipe de gerenciamento sênior pode utilizar para criar uma conversa aberta sobre o ajuste de sua organização com a estratégia e o ambiente, bem como com sua própria liderança, permitindo que as equipes conduzam um diagnóstico sistêmico dos problemas da organização, com base em dados válidos e identifiquem as barreiras organizacionais e de liderança que impedem a mudança.

Considerando ainda alinhamento estratégico e gestão de pessoas, e que organizações são por elas formadas, Kolehmainen (2010) coloca que alinhamento estratégico, capacitação para o trabalho e sistemas de medição de desempenho estratégico, são uma combinação de práticas de gestão que podem ser necessárias para alcançar um equilíbrio empresarial. Da mesma forma, e abordando alinhamento estratégico e desenvolvimento organizacional, Joshi, Kathuria e Porth (2003) colocam que o foco é alinhamento de prioridades organizacionais, que é presumido para contribuir, para melhorar o desempenho, assim como o desalinhamento é esperado para minar desempenho. Para esses autores, o desempenho organizacional deve fazer parte do alinhamento, junto com o desempenho da organização como um todo, sem o excessivo foco na produção ou no setor financeiro.

Com um enfoque diferenciado em alinhamento estratégico e gestão de pessoas, Cäker e Siverbo (2014) tratam os temas de forma holística para explorar o papel e a interação entre estrutura organizacional, controle sócio ideológico e confirma o papel essencial da gestão de pessoas na garantia do alinhamento estratégico. A descentralização e os controles tecnocráticos, no processo simultâneo de apoio ao empoderamento e monitoramento do alinhamento estratégico, permitem que os gerentes possam acompanhar, com grande detalhe, o que acontece

nos níveis locais. Na visão dos autores Cäker e Siverbo (2014), a descentralização e o empoderamento tornaram-se ideias importantes no discurso de gestão contemporânea.

Abordando alinhamento estratégico e *marketing*, Singh e Hu (2008) extraíram e organizaram o conhecimento tácito de organizações em eventos de grande porte e, com isso, descobriram grandes problemas de alinhamento estratégico, entre os domínios do planejamento e o marketing de destino; e propuseram um sistema conceitual para os futuros gestores de grandes eventos. Os autores descrevem o alinhamento como uma parceria de trabalho que reflete um comprometimento a longo prazo, um sentido de cooperação mútua, compartilhamento de riscos e benefícios.

Colocam que o alinhamento estratégico se preocupa originalmente com os ajustes inerentemente dinâmicos entre os dois domínios dos negócios, interno e externo, e com a tecnologia para aperfeiçoar o desempenho organizacional. Para esses autores, o conceito de alinhamento estratégico pode ajudar no entendimento da natureza e dos padrões dos inter-relacionamentos entre os domínios do marketing de destino e da organização, reconhecendo a necessidade de qualquer estratégia de considerar os ambientes externos e internos.

Alguns autores trabalham o alinhamento estratégico em organizações de serviços como Schneider et al. (2003) e Silvestro e Silvestre (2003), que abordam o conceito do alinhamento nas organizações de serviços e como a estratégia de serviço se parece, como se sentem os funcionários, o lado humano da estratégia sendo tratados como componentes importante da estratégia. Os autores buscam o alinhamento estratégico em serviços através de uma análise do próprio conceito de serviço, dos objetivos operacionais, o *design* de sistemas e características e variedade em empresas prestadoras de serviços.

Procedimentos metodológicos

Foi realizado um levantamento bibliométrico através de uma base de periódicos científicos previamente selecionada. Utilizou-se o termo alinhamento estratégico para o levantamento e verificação de como ele vem sendo aplicado nas organizações. A base de periódicos escolhida, foi a Web of Science, por contemplar coleções nas áreas humanas e sociais.

O acesso se deu através do portal de periódicos da Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior - CAPES, por meio de assinatura junto à Thomson Reuters Scientific; a base permitiu levantamento bibliométrico do assunto, pois cobre aproximadamente 12.000 periódicos, com possibilidade de consulta a 5 coleções: *Science Citation Index Expanded* (SCI-EXPANDED), *Social Sciences Citation Index* (SSCI), *Arts & Humanities Citation Index*

(A&HCI), *Conference Proceedings Citation Index- Science* (CPCI-S) e *Conference Proceedings Citation Index - Social Science & Humanities* (CPCI-SSH); a disponibilidade de acesso varia de 1945 até o presente.

A prospecção tecnológica foi realizada entre a última quinzena do mês de maio e a primeira quinzena do mês de junho de 2017 e utilizou, como estratégia de busca, a inserção de palavras-chave em português e inglês nos campos relacionados ao “Título” e “Tópico” da referida base de dados. A pesquisa teve início com a busca pelo termo alinhamento estratégico no título em português e depois no tópico e nos dois casos nada foi encontrado na base de periódicos. Ao se utilizar o termo inglês *strategic alignment* no título, foram encontrados 258 artigos na *Web of Science* com data de publicação de 1990 até 2017, sendo esse o universo da pesquisa.

A partir desse banco de dados bruto, iniciou-se a necessária filtragem, que consiste na seleção dos artigos disponíveis, com maior relação com o tema de pesquisa e de relevância significativa. A seguir, foram aplicados outros filtros necessários para se chegar ao portfólio bibliográfico final.

O primeiro filtro utilizado foi aplicado no banco de artigos bruto com 258 selecionados inicialmente. Ofertado pela própria base de periódicos, os artigos foram categorizados, sendo excluídos os artigos relacionados com áreas não pertinentes à pesquisa, sendo: geologia, tecnologia da informação, agronomia, engenharias, psicologia aplicada, biologia, biotecnologia, telecomunicações, esportes, química, geografia, automação, farmacologia e medicina. Após a aplicação desse filtro, foram excluídos 154 artigos, ficando somente os trabalhos pautados em negócios, gestão, planejamento, educação, psicologia do trabalho, gestão pública, humanidades, economia e ciências sociais. Apesar de ligados a outros temas, o foco principal dos artigos buscados foi a gestão, considerada mais adequada à necessidade e objetivo do trabalho. Esse filtro resultou em 96 artigos, com datas de publicação variando de 1992 a 2017.

Tabela 2 – Primeiro Filtro – Eixos da categoria da pesquisa

EIXO DE CATEGORIAS	
Geologia, Tecnologia da Informação, Agronomia, Engenharia, Psicologia Aplicada, Biologia Biotecnologia, Telecomunicações, Esportes, Química, Geografia, Automação, Farmacologia, Medicina	Negócios, Gestão, Planejamento, Educação, Psicologia do Trabalho, Gestão Pública, Humanidades, Economia, Ciências Sociais
189	96

Fonte: Elaborado pelos autores, conforme resultados da pesquisa (2017).

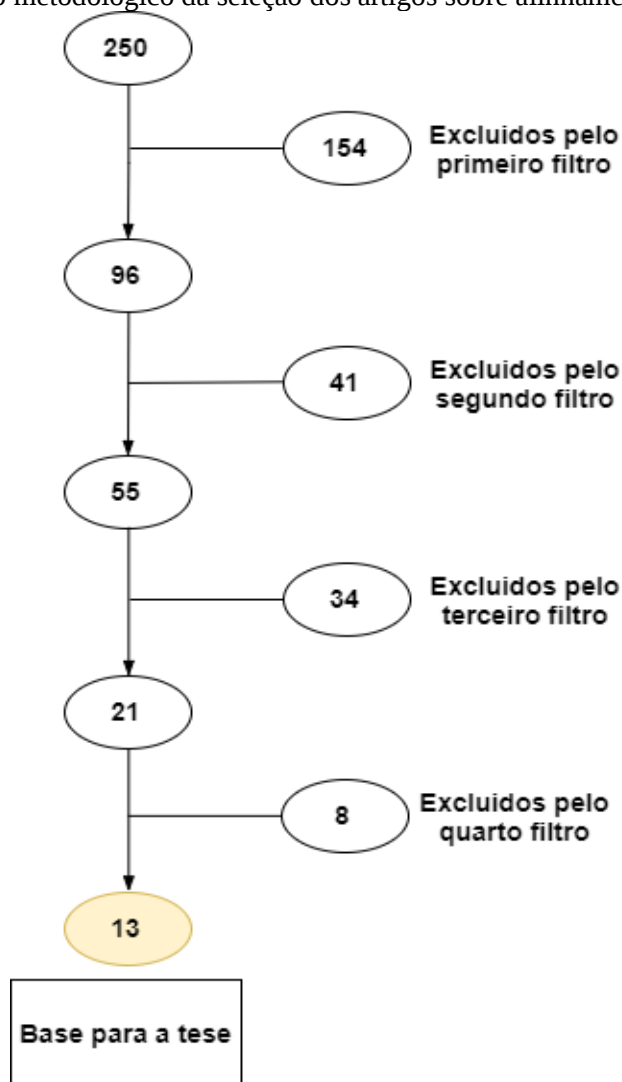
O terceiro filtro aplicado foi com relação à disponibilidade dos artigos para leitura; foi necessário verificar sua disponibilidade, isto é, se os documentos, cujo acesso é necessário, não

requerem aquisição e está isento de taxas ou filiações. Nesse filtro foram excluídos artigos sem acesso ao texto integral do editor ou material editorial, derivando agora em 21 artigos.

Na etapa final do processo, a partir desses 21 artigos pré-selecionados, foi ainda aplicado um quarto filtro, foram observados os arquivos que eram repetidos, não abordavam ou não tinham relação com a área de interesse do trabalho e, após leitura minuciosa dos artigos, verificou-se que só 14 artigos efetivamente eram pertinentes à área de gestão e ao tema investigado, com data de publicação de 2001 a 2016.

Após o levantamento bibliométrico, os resultados obtidos foram tabulados e analisados; foi feita uma avaliação bibliográfica, gerando dados estatísticos que mostram a evolução da publicação dos artigos com a temática levantada, bem como uma escala de periódicos que as publicam. Esta pesquisa caracteriza-se também como uma pesquisa exploratória, buscando uma maior familiaridade com o tema alinhamento estratégica nas organizações.

Figura 3 - Fluxo metodológico da seleção dos artigos sobre alinhamento estratégico



Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

Resultados e discussões

Identificou-se que alinhamento estratégico pode ser entendido como o ordenamento das estruturas internas da empresa como seus sistemas processuais, humanos, organizacionais, de informação, de estrutura, financeiros, entre outros, para facilitar o alcance dos objetivos da organização, ou da estratégia do negócio, com foco no mercado onde está inserida.

Dentre os artigos selecionados, verifica-se uma diversidade de abordagens e aplicação de modelos de gestão e alinhamento estratégico, utilizando também organizações de tamanhos, focos e estruturas diferentes. As abordagens vão desde pessoas, estrutura e mercado, perpassando por liderança, motivação, produtividade, produção, concorrência, *marketing*, entre outros.

Percebeu-se, através da busca na base de artigos, que o tema alinhamento estratégico é abordado desde 1940, inicialmente com foco em tecnologia da informação - TI, mas, a partir de 1990, a área de gestão também passou a utilizar o tema, bem como em diversas outras áreas e situações organizacionais, abrangendo as organizações em todos os seus aspectos e setores. A produção evoluiu de acordo com o Quadro 2.

Quadro 2 - Quantidade de artigos produzidos com “*strategic aligmenmt*” no título

Período	Quantidade de artigos	Total acumulado
1990 - 1995	05	05
1996 - 2000	06	11
2001 - 2005	11	22
2006 - 2010	22	44
2011 - 2015	40	84
2016 - 2017	12	96

Fonte: Elaborado pelos autores, conforme a base de dados Web of Science (2018).

O fator de impacto dos periódicos que publicaram os artigos, variou de 0,12 a 6.360. Ainda há um maior número de artigos publicados em periódicos, com fator de impacto entre 0 e 1,99; porém, observa-se que o assunto tem se tornado relevante para muitos autores, despertando também o interesse de pesquisadores em periódicos de impacto maior, não apenas com foco em gestão, mas até mesmo em outros segmentos.

Quadro 3 - Fator de Impacto das Periódicos com Artigos com *strategic aligmenmt* no título

Order	Journal	Fator de Impacto
1	STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL	6,36
2	JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES	6,04
3	JOURNAL OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR	5,87
4	JOURNAL OF OPERATIONS MANAGEMENT	5,67

5	INTERNATIONAL JOURNAL OF INFORMATION MANAGEMENT	5,36
6	LONG RANGE PLANNING	4,74
7	TOURISM MANGEMENT	4,70
8	JOURNAL OF INTELLECTUAL CAPITAL	4,57
9	INFORMATION SYSTEMS RESEARCH	4,45
10	JOURNAL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	4,29
11	GOVERNMENT INFORMATION QUARTERLY	4,04
12	ACCOUNTING ORGANIZATIONS AND SOCIETY	3,94
13	STRATEGIC ORGANIZATION	3,71
14	JOURNAL OF MARKETING RESEARCH	3,37
15	INTERNATIONAL JOURNAL OF OPERATIONS & PRODUCTION MANAGEMENT	3,33
16	MIT PRESS	2,52
17	JOURNAL OF EXPERIMENTAL PSYCHOLOGY-HUMAN PERCEPTION AND PERFORMANCE	2,28
18	PROJECT MANAGEMENT JOURNAL	2,28
19	PUBLIC ADMINISTRATION	2,26
20	CALIFORNIA MANAGEMENT REVIEW	2,25
21	FUTURES	1,80
22	SCANDINAVIAN JOURNAL OF MANAGEMENT	1,74
23	MIS QUARTERLY EXECUTIVE	1,60
24	JOURNAL OF BUSINESS & INDUSTRIAL MARKETING	1,59
25	SERVICE INDUSTRIES JOURNAL	1,36
26	INFORMATION TECHNOLOGY & MANAGEMENT	1,19
27	INTERNATIONAL INTERACTIONS	1,16
28	EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING	1,14
29	SUSTAINABILITY ACCOUNTING MANAGEMENT AND POLICY JOURNAL	1,14
30	JOURNAL OF MODELLING IN MANAGEMENT	1,03
31	ORGANIZATIONAL DYNAMICS	0,99
32	DECISION SCIENCES	0,92
33	AUSTRALASIAN JOURNAL OF EARLY CHILDHOOD	0,82
34	ASIAN JOURNAL OF TECHNOLOGY INNOVATION	0,70
35	IBM SYSTEMS JOURNAL	0,68
36	R & D MANAGEMENT	0,67
37	INFORMATION RESOURCES MANAGEMENT JOURNAL	0,64
38	JOURNAL OF GLOBAL INFORMATION MANAGEMENT	0,63
39	CANADIAN JOURNAL OF ADMINISTRATIVE SCIENCES-REVUE CANADIENNE DES SCIENCES DE L ADMINISTRATION	0,45
40	ACADEMIA-REVISTA LATINOAMERICANA DE ADMINISTRACION	0,41
41	SOUTHEAST EUROPEAN AND BLACK SEA STUDIES	0,40
42	WORLD JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP MANAGEMENT AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT	0,36
43	PACIFIC AFFAIRS	0,16
44	REFERENCE & USER SERVICES QUARTERLY	0,16
45	ACTUAL PROBLEMS OF ECONOMICS	0,12

Fonte: Elaborado pelos autores conforme base de dados Web of Science (2018).

Para melhor se estudar e visualizar a relação entre periódicos e o fator de impacto, foram estabelecidos intervalos para levantamento e demonstração da quantidade de periódicos e seu referido fator de impacto. Com isso, chegou-se a uma distribuição em categorias. Atesta-se um número bem maior de periódicos com fator de impacto variando de 0 a 1,9, representando mais de 55% da totalidade. Cerca de 40% se enquadram entre 2 e 5,9 e cerca de 4% acima de 6.

Quadro 4 - Percentual dos periódicos e fator de impacto

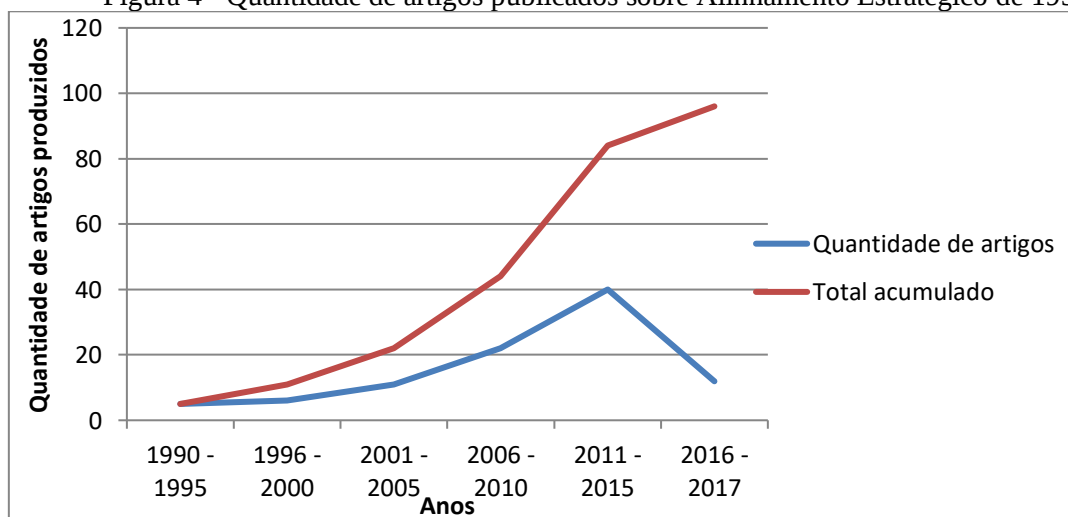
Número de revistas versus fator de impacto	Quantidade	%
De 0,0 a 1,9	25	55,56%
De 2,0 a 3,9	9	20,00%
De 4,00 a 5,9	9	20,00%
Acima de 6,0	2	4,44%
Total	45	100%

Fonte: Elaborado pelos autores conforme base de dados Web of Science (2018).

Como o termo alinhamento estratégico, voltado para gestão, trata-se de um assunto relativamente novo, e o fator de impacto está relacionado ao número de citações; o fato de 40 % dos periódicos se enquadrar em revistas com fator de impacto entre 2 e 5,9 pode mostrar que o interesse pela temática está crescendo. Da mesma forma, mesmo que apenas 4% dos periódicos tenham fator de impacto acima de 6, isso pode ser um número bastante relevante, para um assunto tão recente.

Vislumbra-se um aumento no número de publicações, principalmente a partir de 2001, após a publicação de dois artigos sobre alinhamento estratégico em revistas com maior fator de impacto, como as revistas *Journal of Operations Management* e *Strategic Management Journal*, sendo o artigo de Papke-Shields e Malhotra (2001), selecionado para o portfólio bibliográfico, um dos publicados nesse período.

Figura 4 - Quantidade de artigos publicados sobre Alinhamento Estratégico de 1950 a 2017



Fonte: Elaborado pelos autores conforme base de dados Web of Science (2018).

Ao final da seleção dos artigos considerados mais relevantes para a pesquisa, após os diversos filtros citados, percebe-se a diversidade de assuntos relacionados com o tema alinhamento estratégico. Revistas com foco em engenharia, planejamento, turismo, tecnologia, medicina, produção, gestão, entre outros, publicaram artigos sobre a temática em consonância com a transversalidade de outras áreas.

Em relação ao número de citações dos autores selecionados no portfólio e levantadas junto ao Google Acadêmico, identificou-se que o artigo de Tecnologia da Informação – TI, de Henderson e Venkatraman (1993), foi o mais citado. Como posto anteriormente, esses autores foram uns dos primeiros a abordarem o termo alinhamento estratégicos, sendo o referido artigo citado e utilizado como modelo até a atualidade.

Quadro 5 - Portfólio bibliográfico sobre avaliação de citações

	AUTOR	TÍTULO	PERIÓDICO	ANO	CITAÇÕES
1	HENDERSON, J. C.; VENKATRAMAN, H.	<i>Strategic alignment: Leveraging information technology for transforming organizations</i>	<i>IBM systems journal</i>	1993	4795
2	CHENHALL, R. H.	<i>Integrative strategic performance measurement systems, strategic alignment of manufacturing, learning and strategic outcomes: an exploratory study</i>	<i>Accounting, Organizations and Society</i>	2005	1006
3	BERGERON, F.; RAYMOND, L.; RIVARD, S.	<i>Ideal patterns of strategic alignment and business performance</i>	<i>Information Technology & management</i>	2004	575
4	BEER, M. et al.	<i>Strategic management as organizational learning: Developing fit and alignment through a disciplined process</i>	<i>Long Range Planning</i>	2005	278
5	JOSHI, M. P.; KATHURIA, R.; PORTH, S. J.	<i>Alignment of strategic priorities and performance: an integration of operations and strategic management perspectives</i>	<i>Journal of Operations Management</i>	2003	272
6	PAPKE-SHIELDS, K. E.; MALHOTRA, M. K.	<i>Assessing the impact of the manufacturing executive's role on business performance through strategic alignment.</i>	<i>Journal of Operations Management</i>	2001	149
7	DECOENE, V.; BRUGGEMAN, W.	<i>Strategic alignment and middle-level managers' motivation in a balanced scorecard setting</i>	<i>International Journal of Operations & Production Management</i>	2006	137
8	SINGH, N.; HU, C.	<i>Understanding strategic alignment for destination marketing and the 2004 Athens Olympic Games: Implications from extracted tacit knowledge</i>	<i>Tourism</i>	2008	86

9	SCHNEIDER, B. et al.	<i>The Human Side of Strategy: Employee Experiences of Strategic Alignment in a Service Organization</i>	<i>Organizational Dynamics</i>	2003	76
10	KOLEHMAINE N, K.	<i>Dynamic strategic performance measurement systems: balancing empowerment and alignment.</i>	<i>Long Range Planning</i>	2010	64
11	SILVESTRO, R.; SILVESTRO, C.	<i>New service design in the NHS: an evaluation of the strategic alignment of NHS Direct</i>	<i>International Journal of Operations & Production Management</i>	2003	39
12	CÄKER, M.; SIVERBO, S.	<i>Strategic alignment in decentralized organizations—The case of Svenska Handelsbanken</i>	<i>Scandinavian Journal of Management</i>	2014	21
13	SOUBA, W. W.	<i>Leadership and strategic alignment—Getting people on board and engaged</i>	<i>Journal of Surgical Research</i>	2001	15
14	DIAZ, R. A.	<i>Planning for sustainable development: Strategic alignment in Peruvian regions and cities</i>	<i>Futures</i>	2011	3

Fonte: Elaborado pelos autores conforme base de dados Web of Science (2018).

Dos 14 artigos efetivamente selecionados, que abordam diretamente o tema *strategic alignment*, sob o foco da gestão, podemos relatar que o enfoque varia de alinhamento do desempenho do negócio, das pessoas, da tecnologia, da motivação, planejamento, liderança, medição de desempenho, análise de serviços médicos, desenvolvimento sustentável, estrutura organizacional, alinhamento de serviços e comprometimento.

Foi realizado um levantamento das palavras-chaves nos 14 artigos selecionados e foram identificadas aproximadamente 160 palavras-chaves. Alguns termos se repetem, mas a diversidade de assuntos, envolvendo *strategic alignment*, gestão e os muitos setores empresariais, mostram-se presentes.

Os modelos de gestão ajudam a entender e a resolver problemas e desafios que os gestores enfrentam todos os dias. O alinhamento estratégico mostra-se flexível a ponto de ser utilizado em diversas situações, com diferentes tipos e tamanhos de organizações, sendo estas públicas ou privadas, mas a grande diversidade de tipos e formas podem confundir os usuários e nenhum modelo garante eficiência e eficácia total nas suas funções, porém servem como balizadores para as escolhas empresariais.

Referências

- ASSEN, M. V.; BERG, G.; PIETERSMA, P. **Modelos de gestão: os 60 modelos que todo gestor deve conhecer**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- BEER, M. et al. "Strategic management as organizational learning: Developing fit and alignment through a disciplined process". **Long Range Planning**, v. 38, n. 5, p. 445-465, 2005.
- BERGERON, F.; RAYMOND, L.; RIVARD, S. "Ideal patterns of strategic alignment and business performance". **Information Technology & management**, v. 41, n. 8, p. 1003-1020, 2004.
- CÄKER, M.; SIVERBO, S. "Strategic alignment in decentralized organizations—The case of Svenska Handelsbanken". **Scandinavian Journal of Management**, v. 30, n. two, p. 149-162, 2014.
- CHANDLER, A. D. "Strategy and Structure: b Chapters in the History of the Industrial Enterprise". **MIT press**, 1966.
- CHENHALL, R. H. "Integrative strategic performance measurement systems, strategic alignment of manufacturing, learning and strategic outcomes: an exploratory study". **Accounting, Organizations and Society**, v. 30, n. 5, p. 395-422, 2005.
- COATES, V.; FAROOQUE, M.; KLAVANS, R.; LAPID, K.; LINSTONE, H. A.; PISTORIUS, C.; PORTER, A. L. *On the Future of Technological Forecasting*. North-Holland: **Elsevier Science**. 2001
- DECOENE, V.; BRUGGEMAN, W. "Strategic alignment and middle-level managers' motivation in a balanced scorecard setting". **International Journal of Operations & Production Management**, v. 26, n. 4, p. 429-448, 2006.
- DIAZ, R. A. "Planning for sustainable development: Strategic alignment in Peruvian regions and cities". **Futures**, v. 43, n. eight, p. 908-918, 2011.
- HENDERSON, J. C.; VENKATRAMAN, H. "Strategic alignment: Leveraging information technology for transforming organizations". **IBM systems journal**, v. 32, n. 1, p. 472-484, 1993.
- JOSHI, M. P.; KATHURIA, R.; PORTH, S. J. "Alignment of strategic priorities and performance: an integration of operations and strategic management perspectives". **Journal of Operations Management**, v. 21, n. 3, p. 353-369, 2003.

KOLEHMAINEN, K. "Dynamic strategic performance measurement systems: balancing empowerment and alignment." **Long Range Planning**, v. 43, n. 4, p. 527-554, 2010.

PAPKE-SHIELDS, K. E.; MALHOTRA, M. K. "Assessing the impact of the manufacturing executive's role on business performance through strategic alignment." **Journal of Operations Management**, v. 19, n. 1, p. 5-22, 2001.

SÁTYRO, W. C.; CONTADOR, J. C.; FERREIRA, A. A. "Afinal, o que é alinhamento estratégico." **Anais do XVII Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais–17 SIMPOI**, São Paulo, v. 27, p. 28, 2014.

SCHNEIDER, B. et al. "The Human Side of Strategy: Employee Experiences of Strategic Alignment in a Service Organization." **Organizational Dynamics**, v. 32, n. 2, p. 122-141, 2003.

SILVESTRO, R.; SILVESTRO, C. "New service design in the NHS: an evaluation of the strategic alignment of NHS Direct." **International Journal of Operations & Production Management**, v. 23, n. 4, p. 401-417, 2003.

SINGH, N.; HU, C. "Understanding strategic alignment for destination marketing and the 2004 Athens Olympic Games: Implications from extracted tacit knowledge." **Tourism Management**, v. 29, n. 5, p. 929-939, 2008.

SOUBA, W. W. "Leadership and strategic alignment—Getting people on board and engaged." **Journal of Surgical Research**, v. 96, n. 2, p. 144-151, 2001.

VILELA, LÍlian Oliveira. Aplicação do PROKNOW-C para seleção de um portfólio bibliográfico e análise bibliométrica sobre avaliação de desempenho da gestão do conhecimento. **Revista Gestão Industrial**, v. 8, n. 1, 2012.

YOSHIDA, Nelson Daishiro. Análise bibliométrica: um estudo aplicado à previsão tecnológica. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 2, n. 1, p. 52-84, 2010.

3 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO NORDESTE DO BRASIL

Esta publicação pode ser encontrada em sua versão original na revista INGI - Indicação Geográfica e Inovação, volume: 01, número 01, 2017, com 10 páginas, ID do artigo 2594-8288. Disponível em <http://ingi.api.org.br/index.php/INGI/article/view/7>.

Ilka Maria Escalante Bianchini¹; Suzana Leitão Russo²

¹Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil – ilka.bianchini@ifs.edu.br

²Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil – suzana.ufs@hotmail.com

Resumo

Indicações Geográficas - IG são institutos da propriedade intelectual aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados. Foram instituídas pela Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, conhecida como Lei da Propriedade Industrial, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial e instituiu duas modalidades de IG, a Indicação Geográfica de Procedência - IP e a Denominação de Origem - DO. Uma Indicação Geográfica pode produzir inúmeras vantagens para o produtor, para o consumidor e para a economia da região e do país, sendo a agregação de valor ao produto ou um aumento de receitas ao produtor, um dos primeiros benefícios. De 2000 a 2016, Brasil, foram concedidas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, 52 IG, sendo 43 de Indicação de Procedência - IP e 09 de Denominação de Origem - DO. O Nordeste do Brasil mostra índices de crescimento relevantes no setor, um diferencial econômico para uma região reconhecidamente menos favorecida economicamente. O objetivo deste trabalho foi fazer um comparativo da região Nordeste com as demais regiões do Brasil, em relação à concessão de Indicações Geográficas - IG, bem como um comparativo entre os estados da referida região. Este trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica descritiva e documental, desenvolvida através de conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos científicos das principais bases de dados disponíveis, livros e artigos de periódicos.

Palavras-chaves: Indicação Geográfica, Benefícios das Indicações Geográficas, Região Nordeste.

Abstract

Geographical Indications (GIs) are institutes of intellectual property applicable to goods and services that are characterized by the place from which they originate. They were instituted by Law No. 9,279 of May 14, 1996, known as the Industrial Property Law, which regulates rights and obligations related to industrial property and instituted two types of GIs, the Geographical Indication of Origin (IP) and the Denomination of Origin (OF). A GI can produce innumerable advantages for the producer, the consumer and the economy of the region and the country, one of the first perceived benefits being the aggregation of value to the product or an increase of income to the producer. From 2000 to 2016 were granted by INPI 52 Geographical Indications in Brazil, 43 of Indication of Origin and 09 of Denomination of Origin. Northeast Brazil shows significant growth rates in the sector, an economic differential for a region that is admittedly economically less favored in the country. The objective of this work was to make a comparison of the northeast region with Brazil, in relation to the concession of Geographical Indications,

as well as a comparative between the states of that region. This work was carried out through descriptive and documentary bibliographic research, developed through contents published in theses, dissertations and scientific articles of the main databases available, books and periodicals articles.

Key words: Geographical Indication, Benefits of Geographical Indications, Northeast Region.

1 Introdução

Indicações geográficas - IG são institutos da propriedade intelectual aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados, envolvendo questões ambientais, históricas e socioculturais particulares. Em outros países como França, Portugal e Itália, as Indicações geográficas - IG são conhecidas e valorizadas há muito tempo, protegendo diversos produtos tradicionais como vinhos e produtos alimentícios (BIANCHINI et al., 2016, p.).

A Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, conhecida como Lei da Propriedade Industrial - LPI, que aborda a propriedade industrial no Brasil, regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial e instituiu duas modalidades de IG, a Indicação Geográfica de Procedência - IP e a Denominação de Origem - DO. A Lei coloca que Indicação de Procedência - IP se refere ao 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 e, ainda, que Denominação de Origem - DO refere-se ao nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características sejam exclusivas ou essencialmente vinculadas ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (CERDAN, 2014, p. 39).

Cabe ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI o registro e a concessão de uma IG, de acordo a resolução nº. 75 do referido instituto, a qual estabelece as condições para esse registro. O registro e suas condições visam evitar a utilização indevida de uma IG, por determinado produto ou serviço, pois delimita, para produtores e prestadores de serviços da região, a área geográfica de uso, buscando manter padrões locais, impedindo que outras pessoas utilizem o nome da região em produtos ou serviços indevidamente, garantindo a proteção do nome geográfico, diferenciando o produto ou serviço no mercado.

O objetivo deste artigo foi fazer um comparativo do número de concessões de Indicações Geográficas – IG da região Nordeste com as demais regiões do Brasil, bem como um comparativo entre os estados da região Nordeste. Este artigo foi construído a partir de

pesquisa bibliográfica descritiva e documental, desenvolvida através de conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos científicos das principais bases de dados disponíveis, livros e artigos de periódicos. A pesquisa bibliográfica, segundo Cervo, Bervian e da Silva (2007, p. 61), “constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema”. Para os autores, a pesquisa descritiva ocorre quando se registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos, sem manipulá-los. A pesquisa documental é realizada através de investigação, por meio de documentos, com o objetivo de descrever e comparar costumes, comportamentos, diferenças e outras características, tanto da realidade presente como do passado.

2 Indicações Geográficas - IG: Benefícios e Possibilidades

Uma Indicação Geográfica é uma chancela utilizada em produtos estabelecendo que estes são originários de uma determinada área geográfica, garantindo assim sua origem e legados a esta relacionados, como qualidades, reputação, história. Indicações Geográficas podem ser utilizadas para uma multiplicidade de artigos, como produtos agrícolas, artesanato, ou qualquer outro que almeje destacar qualidades específicas, que podem ser encontradas no local de origem do produto, como habilidades manufatureiras peculiares e tradições (CERDAN, 2014).

O local de origem de um produto certificado pode ser uma localidade, uma cidade, uma região ou um país. A IG informa ao consumidor que uma mercadoria é produzida em um certo lugar e tem certas características que são ligadas ao local de produção. Essa chancela pode ser utilizada por todos os produtores que desenvolvem suas atividades na localidade de abrangência da indicação geográfica. De acordo com a legislação vigente em cada país, a IG protege os produtos contra atos de concorrência desleal, além de também estarem presentes em leis de proteção aos consumidores, leis para a proteção de marcas de certificação ou marcas coletivas, leis especiais para a proteção de IG ou de Denominação de Origem - DO (BRASIL, 1996).

Os consumidores entendem que as Indicações Geográficas são referências de origem e qualidade dos produtos; em face disso, a falsificação de produtos certificados é um ato passível de punição, pois prejudica não só os produtores legítimos, mas principalmente os consumidores que adquirem um produto em face da valiosa reputação. As penas por falsificar um produto certificado vão desde a proibição do uso não autorizado da certificação, passando pelo ressarcimento de danos e, em alguns casos graves, até a prisão dos envolvidos (JUNGSMANN, 2010).

Para Kakuta et al. (2006), a proteção de uma IG pode produzir inúmeras vantagens para o produtor, para o consumidor e para a economia da região e do país, sendo que um dos primeiros resultados que se espera após a concessão de uma Indicação Geográfica é uma agregação de valor ao produto ou um aumento de receita ao produtor, entre outros benefícios.

Segundo Cerdan (2014, p.48), “IG são, com frequência, originárias de regiões agrícolas desfavorecidas, onde os produtores não têm condições de reduzir o custo de produção. Dessa forma, eles são levados a apostar na valorização da qualidade e dos conhecimentos locais”. Para Nascimento et al. (2012, p. 382 e 383), “O reconhecimento de uma IG, em uma região, pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviços complementares, relacionadas à valorização do patrimônio, à diversificação da oferta, às atividades turísticas, ampliando o número de beneficiários”.

Locatelli (2007, p. 65) considera que as Indicações Geográficas podem proporcionar impactos diversos em vários aspectos econômicos de uma região, tais como:

- Melhor inserção dos produtos com Indicação Geográfica nos mercados interno e externo;
- A potencialidade de gerarem um incremento à receita dos produtores e comerciantes, o qual pode ser estendido a toda comunidade local;
- O maior valor agregado aos produtos ou serviços com Indicações Geográficas;
- Geração de emprego e fixação da população na zona rural;
- O estímulo ao desenvolvimento de atividades lucrativas indiretas relacionadas às Indicações Geográficas reconhecidas.

Além dos benefícios citados, Fabris et al. (2012, p. 392) coloca também diversas outras vantagens das Indicações Geográficas:

- Preserva as particularidades dos produtos, patrimônio das regiões específicas;
- Estimula investimentos na própria área de produção, com valorização das propriedades, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego;
- Cria vínculo de confiança com o consumidor, que, sob a etiqueta da Indicação Geográfica, sabe que vai encontrar um produto de qualidade e com características regionais;
- Melhora a comercialização dos produtos, facilitando o acesso aos mercados através da propriedade coletiva;
- Confere maior competitividade no mercado internacional, uma vez que as Indicações Geográficas projetam imagem associada à qualidade e tipificação do produto, promovendo garantia institucional da qualidade, reputação e identidade do produto;

- Incentiva uniformização da produção agrícola em nível regional, estabelecendo padrões de qualidade;
- Protege os nomes dos produtos contra imitações e utilização fraudulenta;
- Dá garantia aos consumidores, por intermédio da rotulagem, do produto que estão adquirindo.

Maiorki e Dallabrida (2015, p. 23) abordam o impacto extenso que uma IG gera, não ocorrendo somente nos produtores, mas abrangendo também as empresas que comercializam insumos com a IG, nas empresas de transporte, no setor de serviços no entorno de uma IG, nas empresas ligadas ao turismo, ou seja, o impacto positivo de uma IG se estende além dos domínios territoriais demarcados, beneficiando um número bem maior de pessoas e empresas.

Percebe-se assim a gama de benefícios que uma Indicação Geográfica pode proporcionar a um produto ou serviço, bem como a todos que estejam ligados direta ou indiretamente a ele. Atrair a atenção de um consumidor hoje é uma tarefa difícil, pois os clientes têm à sua disposição uma grande variedade de escolha de produtos e marcas, preços e fornecedores. Os impactos positivos colocados por Locatelli (2008, p. 65) se associam a uma estratégia de *marketing*, voltada para o cliente, sugerido por Kotler e Armstrong (2015, p. 246), os quais colocam que os consumidores veem os produtos como complexos conjuntos de benefícios que satisfazem suas necessidades, e não apenas algo para simples uso ou consumo.

Ainda segundo Kotler e Armstrong (2015, p. 45), as empresas que buscam ser bem-sucedidas no atual mercado competitivo, devem estar voltadas para o cliente, buscando não apenas conquistá-los, mas mantê-los pelo valor agregado do produto que oferecem, satisfazendo suas necessidades e desejos, destacando-se dos concorrentes.

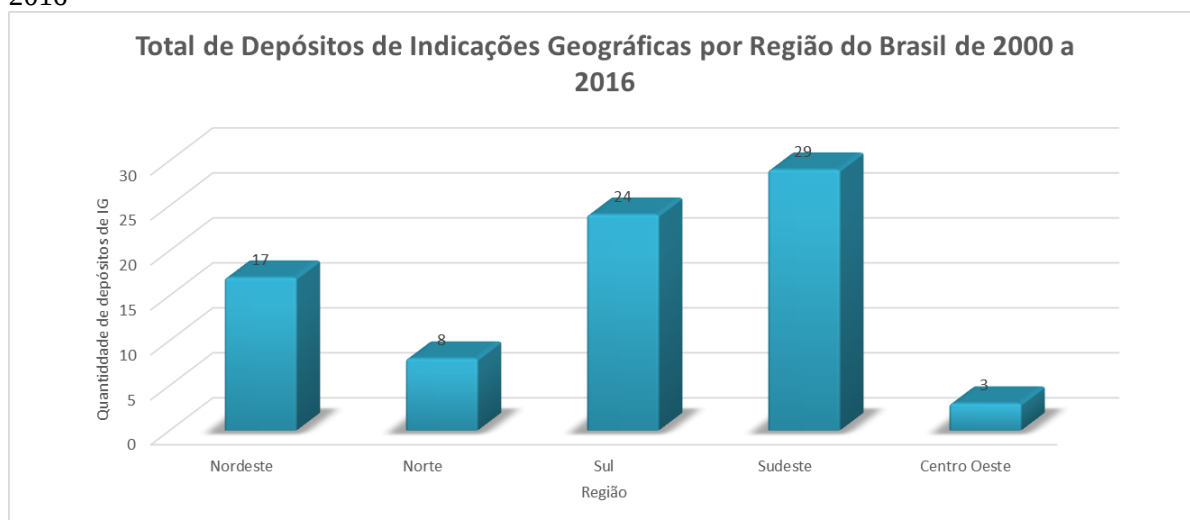
Para esses autores, um elemento que ajuda os consumidores na decisão da compra é o gerenciamento de uma marca, que envolve muito mais do que nome, sinal, termo, símbolo ou *design*. Os compradores atribuem significados às marcas que vão muito além dos atributos físicos do produto, desenvolvem relacionamentos com as mesmas identificando nos produtos, elementos que lhe trazem benefícios mais amplos do que a satisfação de uma necessidade (KOTLER E ARMSTRONG, 2015, p. 252).

De acordo com Russo et al. (2011, p. 80), há dois tipos diferentes de Indicação Geográfica, a Indicação de Procedência - IP, que está relacionada com o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço e a Denominação de Origem - DO que está relacionada com produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

3. Indicações Geográficas – IG na Região Nordeste do Brasil

No Brasil, de 2000 a 2016, foram concedidas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, 52 Indicações Geográficas, sendo 43 de Indicação de Procedência- IP e 09 de Denominação de Origem - DO. Porém, o número de pedidos foi maior. Segundo dados do INPI, no Brasil, entre 2000 e 2016, foram depositados 86 pedidos de IG. Percebe-se uma predominância nos pedidos de Indicação Geográfica de residentes nos estados do Sul e do Sudeste, em relação às outras regiões do Brasil, e quanto à modalidade, há o predomínio dos pedidos relativos à Indicação de Procedência - IP, que contou com 57 depósitos, enquanto a Denominação de Origem – DO teve 29 depósitos.

Figura 6 - Total de depósitos de Indicação Geográfica - IG por região do Brasil, de 2000 a 2016

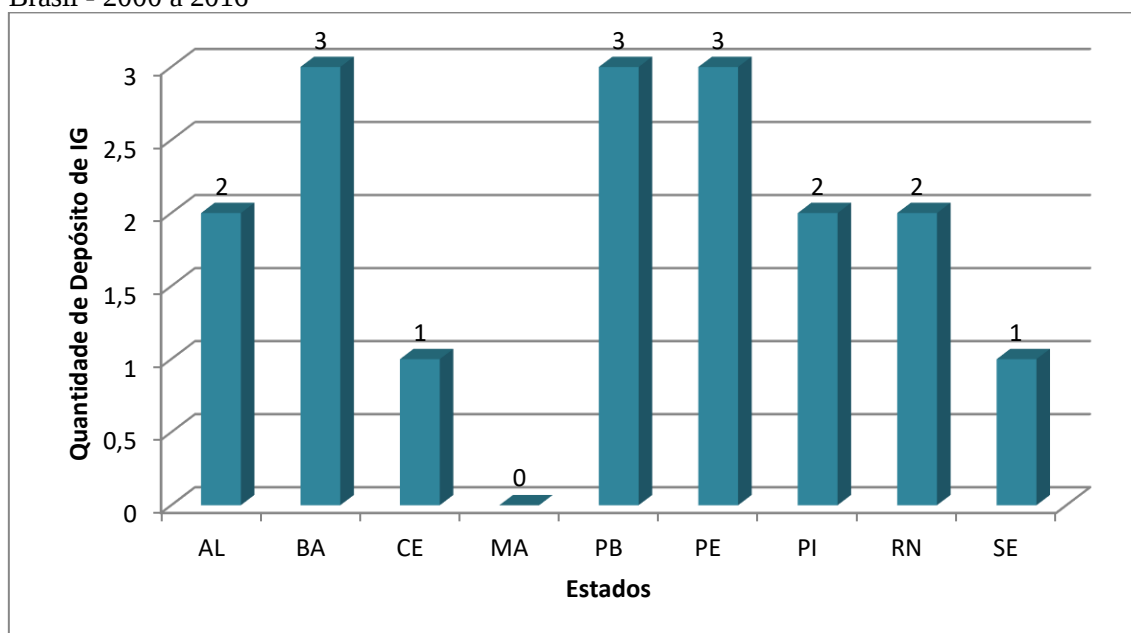


Elaborado pelos autores conforme base de dados do INPI (2017).

Fonte: INPI - Assessoria de Assuntos Econômicos, Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.

Os dados mostrados no gráfico da Figura 6, indicam que as regiões Sul e Sudeste lideram o ranque de depósitos de pedidos de IG, sendo liderado pela região Sul, seguida pelo Sudeste e depois pela região Nordeste. As regiões Norte e Centro Oeste do Brasil têm ficado bem abaixo das outras três regiões, em relação ao número de pedidos e concessões de Indicações Geográficas.

Figura 7 - Total de depósitos de Indicação Geográfica – IG, por Estado da Região Nordeste do Brasil - 2000 a 2016

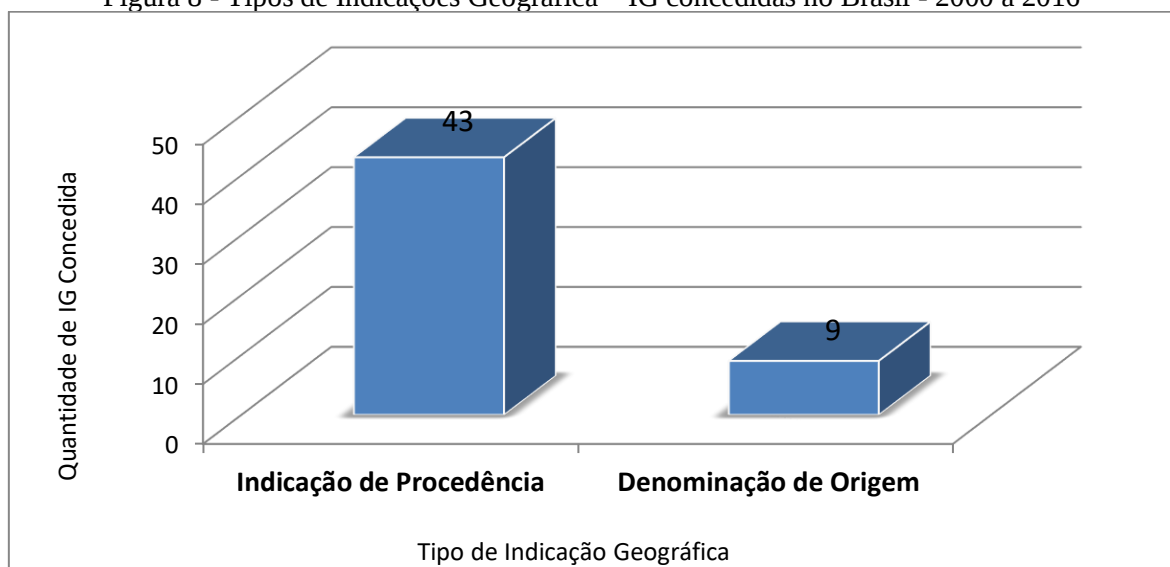


Elaborado pelos autores conforme base de dados do INPI (2017).

Fonte: INPI - Assessoria de Assuntos Econômicos, Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.

Conforme o gráfico da Figura 7, na região Nordeste, os estados da Bahia, Paraíba e Pernambuco, seguem à frente dos depósitos de pedidos de Indicações Geográficas, seguidos de perto pelos estados de Alagoas, Piauí e Rio Grande do Norte; depois vem Ceará e Sergipe, sendo o estado do Maranhão o único que ainda não tem depósito de pedido de IG.

Figura 8 - Tipos de Indicações Geográfica – IG concedidas no Brasil - 2000 a 2016



Elaborado pelos autores conforme base de dados do INPI (2017).

Fonte: INPI - Assessoria de Assuntos Econômicos, Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.

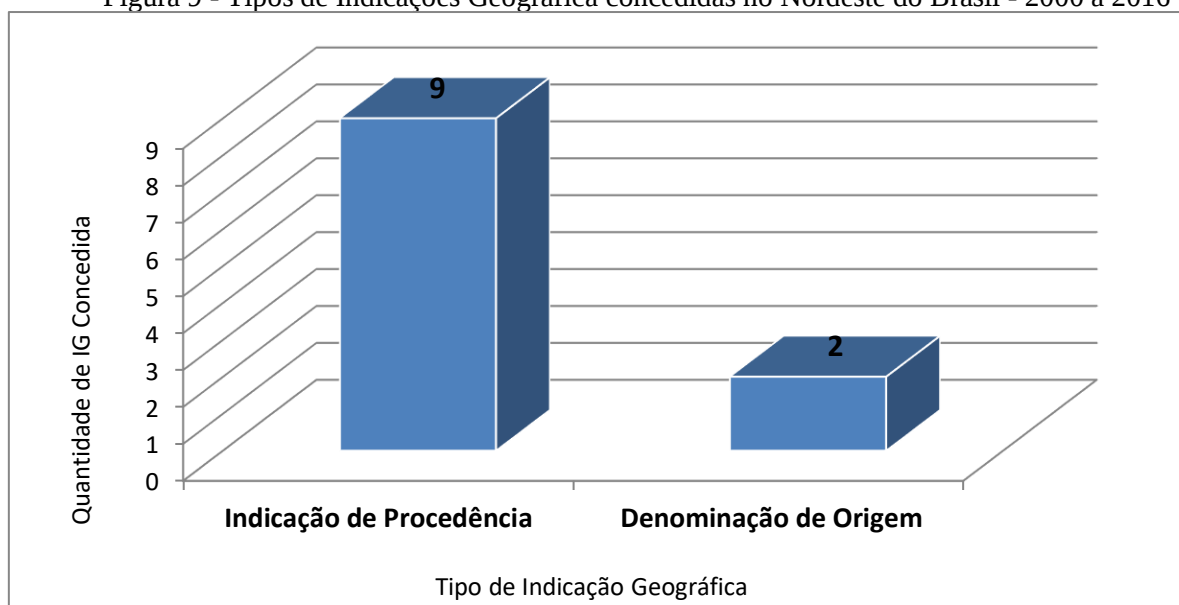
Em relação ao tipo de IG concedida no Brasil, os dados do gráfico na Figura 8 mostram que a Indicação de Procedência - IP apresenta um percentual muito maior do que a

Denominação de Origem – DO: Cerca de 83% das IG são de IP e apenas 17% são DO.

Sobre a diferença no menor número de Denominação de Origem - DO concedidas, uma das razões pode ser a intensa ligação com o meio natural, como coloca Fabris et al. (2012, p. 390), relacionando a Indicação Geográfica com o meio geográfico, pois este marca e personaliza o produto, sendo indispensável a marcação da zona de produção, havendo um limite de produção por hectare, podendo existir mais de um tipo de produto; mesmo assim, os mesmos estão ligados por certa homogeneidade de características. Há exigências específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos, que também devem conservar um mínimo de qualidade e constância nas suas características.

Esses elementos podem representar dificuldades na hora de solicitar ou comprovar as características de um produto que aspira uma certificação de Indicação Geográfica, já que as características peculiares da região devem, necessariamente, afetar o resultado do produto, de forma identificável e mensurável.

Figura 9 - Tipos de Indicações Geográficas concedidas no Nordeste do Brasil - 2000 a 2016



Elaborado pelos autores conforme base de dados do INPI (2017).

Fonte: INPI - Assessoria de Assuntos Econômicos, Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.

Os percentuais em relação aos tipos de Indicação Geográficas, concedidas no Nordeste do Brasil, refletem a mesma configuração nacional, sendo que a Indicação de Procedência - IP representa 82% das IG concedidas, também muito maior do que a Denominação de Origem - DO, com apenas 18%, como demonstra o gráfico na Figura 9.

Nos dois casos, as Indicações Geográficas - IG, promovem a valorização e proteção de produtos tradicionais ou conhecidos, que têm vínculos com uma determinada localidade,

trazendo, ao mesmo tempo, contribuições positivas para a economia local. As IG podem estimular o desenvolvimento regional, proteger o patrimônio cultural, incrementar o turismo na região e este pode vir a fortalecer o reconhecimento das IG e gerar outros benefícios para o território (RUSSO et al. 2011.p 80).

3. Considerações Finais

Fabris et al. (2012, p. 394), coloca que no Brasil já existem várias Indicações Geográficas, mas o número ainda é pequeno, diante do tamanho continental do país, que possui um grande potencial para o surgimento de novas IG; além disso, levando em consideração que os produtos de uma IG têm penetração maior no mercado.

Reconhecidamente, as Indicações Geográficas valorizam produtos, tradições, costumes, meio ambiente, saberes, práticas, questões relacionadas a uma identidade local. No contraponto de uma cultura de globalização, produção em massa, pasteurização de produtos e mercados, a proteção de produtos regionais, com produção relativamente pequena e limitada, vem promovendo uma valorização e desenvolvimento local. Uma Indicação Geográfica - IG atribui vantagem competitiva a produtos de qualidade, mas que dificilmente chegariam ao consumidor final sem o selo de garantia.

Diante do exposto, percebe-se que as Indicações Geográficas podem estimular o desenvolvimento regional, proteger o patrimônio cultural, incrementar o turismo, que, por sua vez, podem fortalecer o reconhecimento das IG e gerar outros benefícios para o território. Porém, faz-se necessário um estudo mais aprofundado dos impactos que uma Indicação Geográfica, efetivamente, gera em um ambiente; considerando que não somente os elementos tangíveis, que compõem um produto, e podem ser mensurados, serão beneficiados, mas que também existem os elementos intangíveis e estes nem sempre são fáceis de serem mensurados; mas, os dois, tangíveis e intangíveis, são atores do composto da gestão territorial e podem assumir combinações diversas em novos processos de gestão.

Referências

BIANCHINI, I.M.E., CASTRO, M.J., CARNEIRO NETO, J.A., DOMINGUES, M.A., LIMA, J.B.S., SANTOS, J.A.B., Turismo e indicação geográfica: possibilidades para o incremento do turismo. In: **International Symposium on Technological Innovation - ISTI/SIMTEC** – Aracaju/SE –2016. Vol. 3/n.1/ p.547-554 547 ISSN:2318-3403 D.O.I.: 10.7198/S2318-3403201600030064

BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Portal da Legislação**, Brasília, 14 mai. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>.

CERDAN, Claire Marie Thuillier et al. Indicações Geográficas de produtos agropecuários: Importância histórica e atual: Uma breve história sobre os sinais distintivos e as Indicações Geográficas (IG). In: PIMENTEL, Luiz Otávio et al. (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo III Indicação Geográfica**. 4ª ed. ed. Florianópolis: FUNJAB, 2014. cap. 1, p. 32-58. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2007.

FABRIS, Jonas; MACHADO, Glaucio José Couri; GOMES, Iracema Machado de Aragão. Evolução da proteção dos produtos tradicionais. **Revista GEINTEC - Gestão, Inovação e Tecnologias**, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 387-395, out. 2012. ISSN 2237-0722. Disponível em: <<http://www.revistageintec.net/index.php/revista/article/view/72/137>>. Acesso em: 07 fev. 2018. doi: <https://doi.org/10.7198/geintec.v2i4.72>.

INPI, Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/estatisticas>. Acesso em: 02 fev. 2018.

JUNGSMANN, D. de M.; BONETTI, E. A. A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual. **Guia para o empresário**. Brasília: IEL, 2010.

KAKUTA, S. M. SOUZA, A. L.L. dá *et. al.* **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2015.

LOCATELLI, Liliana. **Indicações Geográficas: A proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico**. Curitiba: Juruá Editora. 2007.

MAIORKI, Giovane José; DALLABRIDA, Valdir Roque. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações (Campo Grande)**, [Sol.], set. 2015. ISSN 1984-042X. Disponível em: <<http://www.interacoes.ucdb.br/article/view/46>>. Acesso em: 07 fev. 2018. doi: <http://dx.doi.org/10.20435/151870122015101>.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista GEINTEC**, São Cristóvão, SE, v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012

RUSSO, S. L., SILVA, G. F. D., SERAFINI, M. R., PAIXÃO, A. E., NUNES, M. A. S. N., & SILVA, S. C. **Capacitação em inovação tecnológica para empresários**. São Cristóvão, p. 77-117, 2011.

4 PROPRIEDADE INTELECTUAL E DESENVOLVIMENTO REGIONAL: ARTESANATO COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL

Esta publicação pode ser encontrada em sua versão original na revista INGI - Indicação Geográfica e Inovação, volume: 03, número 02, 2019, com 15 páginas, ID do artigo 333-347 Disponível em <http://ingi.api.org.br/index.php/INGI/issue/view/8/showToc>.

Ilka Maria Escalante Bianchini¹; Suzana Leitão Russo²

¹Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil - Instituto Federal de Sergipe -
IFS – ibianchini@yahoo.com.br

²Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil – suzana.ufs@hotmail.com

Resumo

Entre os diferentes tipos de Indicação Geográfica - IG concedidas no Brasil, há uma categoria classificada como artesanato, cuja identificação é pautada de acordo com a forma de produção. A relação da Propriedade Intelectual - PI com a Indicação Geográfica - IG, bem como o artesanato e a importância do selo para o desenvolvimento regional, foi abordada ao ser percebida a necessidade de apoio governamental e não governamental às associações de artesanatos. Buscou-se, também, mostrar a importância das associações com selo para uma localidade e para a manutenção da cultura, identificando suas contribuições na geração de lucro e na identidade cultural no Brasil. O artigo foi produzido com base em pesquisa bibliográfica, descritiva e documental realizada nas bases de periódicos *on-line* disponíveis pela Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior – CAPES. Foram utilizados livros e conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos científicos da referida base de dados. Utilizou-se como indexadores da pesquisa os temas Indicação Geográfica, Artesanato e Associações. Reconhece-se a importância do selo para as associações de artesanato e para o desenvolvimento regional.

Palavras-chaves: Associações de Artesanato; Indicação Geográfica; Geração de Renda.

Abstract

Among the different types of Geographical Indication granted in Brazil, there is a category classified as handicraft, whose identification is based according to the form of production. The various types of handicrafts with Geographical Indication in Brazil were identified, each of them being characterized by the different type of production. It addresses the relationship between intellectual property and geographical indication, the relationship between crafts and the importance of the seal for regional development, the need for governmental and non-governmental support to associations with geographical indication. It is noticed that the craft associations promote the generation of income and culture and identifies the geographical indications of handicrafts that have won the seal in Brazil. It was also sought to show the importance of these associations of handicrafts with a seal for a locality and for the maintenance of culture. The article was produced based on descriptive and documental bibliographical research, carried out in the databases of online journals available by the Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior - CAPES, contents published in theses,

dissertations and scientific articles of said database, books and articles from scientific journals. Geographical Indication, Handicrafts and Associations were used as indexes of the research. The importance of the seal for craft associations and for regional development is acknowledged. **Keywords:** Handicraft Associations; Geographical Indication; Income Generation.

1 Introdução

Artesanato é toda a produção manual com valor simbólico e cultural, que resulta da transformação de matérias-primas, realizada por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural, podendo utilizar para isso, o auxílio limitado de máquinas e ferramentas (PAB, 2012).

Uma Indicação Geográfica - IG é o reconhecimento de um produto, estabelecendo que este é originário de uma determinada área geográfica, garantindo assim sua origem e legados a ele relacionados, como qualidades, reputação, história. Cerdan (2014) coloca que as IG podem ser utilizadas para uma multiplicidade de artigos, como produtos agrícolas, artesanatos ou qualquer outro que almeje destacar qualidades específicas, que podem ser encontradas no local de origem do produto, com habilidades manufatureiras peculiares e tradicionais.

Os autores Bhat e Singh (2017, p. 275) pontuam que a essência das Indicações Geográficas - IG, é sua localização geográfica específica, pois gera qualidades particulares do produto que não podem ser replicadas em outro lugar. Sendo assim, uma Indicação Geográfica é importante para a economia da região e para a cultura, visto que valoriza, protege e agrega valor à cultura e aos produtos desta (INPI, 2011, p. 4).

Buscou-se, com esse trabalho, relacionar às Indicações Geográficas - IG de artesanato no Brasil e sua representatividade, bem como conectar Propriedade Intelectual - PI, Indicação Geográfica – IG e artesanato, além de discutir a relevância de uma IG para o desenvolvimento regional.

Este artigo foi construído a partir de pesquisa bibliográfica descritiva e documental, desenvolvida através de conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos científicos das principais bases de dados disponíveis, livros e artigos de periódicos.

2 Metodologia

Para a realização da pesquisa, foram utilizadas informações disponíveis através de fontes secundárias, para levantar informações sobre as associações de artesanato com IG no Brasil, assim como suas perspectivas. Inicialmente, foi realizado um levantamento bibliográfico na base de dados do INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial do Brasil, em relatórios e periódicos lá disponíveis, para identificar as associações de artesanato com IG.

Para a pesquisa e construção do referencial teórico, utilizaram-se algumas bases de periódicos científicos através do Portal de Periódicos da Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior - CAPES, por meio de assinatura junto à Universidade Federal de Sergipe.

A análise dos documentos teve como foco a identificação das associações de artesanatos com Indicação Geográfica – IG no Brasil, suas características e distribuição nas regiões brasileiras, bem como sua influência na geração de emprego, renda familiar e desenvolvimento regional. Utilizou-se, como indexação, os termos Indicação Geográfica, artesanato e associações, considerando, inicialmente, o período entre 2008 a 2018.

Este artigo está organizado da seguinte forma: inicialmente, são abordados conceitos sobre a Propriedade Intelectual – PI, Indicação Geográfica, suas relações, diferentes possibilidades e características de uma IG. Na segunda parte, fala-se sobre a afinidade entre a Indicação Geográfica e as Associações de Artesanato com foco nos benefícios mútuos. A terceira parte identifica as associações de artesanato com IG no Brasil. A quarta parte são as considerações, seguida das referências.

3. Propriedade Intelectual – PI e Indicação Geográfica - IG

Propriedade Intelectual – PI é um ramo do direito que cuida das produções do intelecto humano, ou seja, os direitos ligados ao resultado da atividade intelectual nos campos literários, artísticos, científicos e industriais (WIPO, 2016). A Propriedade Industrial – PI é protegida no mundo através de acordos e convenções internacionais que uniformizam regras entre os países signatários. O Brasil é signatário de algumas convenções internacionais que regulamentam o assunto de maneira geral (PINTO; PAIXÃO, 2018), sendo a convenção de Paris uma das primeiras. Redigida em 1883, revisada em Haia em 1925 e novamente no ano de 1967 em Estocolmo, a Convenção de Paris entrou em vigor, no âmbito brasileiro, em 24 de março de 1975, mas apenas nas Indicações de Procedência - IP. O Brasil também passou a coagir os falsos registros e promoveu medidas que permitissem aos interessados realizar em juízo esta repressão (BRASIL, 1975) e (PINTO e PAIXÃO, 2018).

A Lei nº 9.279 regula direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial - PI, que também ficou conhecida como a Lei da Propriedade Industrial - LPI e foi promulgada em 14 de maio de 1996. A Lei instituiu a Indicação Geográfica de Procedência-IP e a Denominação de Origem - DO. Porém, o termo já existe há muitas décadas, desde o acordo da Organização Mundial do Comércio – OMC, sobre *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* - TRIPS (acordo sobre os aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados com o

comércio), que entrou em vigor em meados da década de 1990, quando a maior parte dos países passaram a utilizar o termo, incluindo o Brasil (BRASIL, 1996), (PINTO e PAIXÃO, 2018) e (BHAT e SINGH, 2017).

No Artigo 22, parágrafo 1 do TRIPS, aborda-se que as Indicações Geográficas - IG são, para efeitos do presente acordo, indicações que identificam um bem como originários do território de um membro, ou de uma região ou localidade desse território, onde uma dada qualidade, reputação, ou outra característica do bem, é essencialmente atribuível à sua origem (BRASIL, 1996) e (BHAT e SINGH, 2017).

Os artigos de 176 a 182, da Lei nº 9.279, estabelecem o que constitui Indicação Geográfica, Indicação de Procedência - IP e Denominação de Origem - DO, a abrangência e as restrições. Segundo a Lei supracitada, considera-se 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. Já a Denominação de Origem -DO é o nome geográfico do país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996).

No Brasil, o registro e a concessão de uma Indicação Geográfica cabem ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, ação que se dá com base na resolução nº. 75 do referido instituto, a qual estabelece as condições para esse registro. O registro e suas condições tendem a evitar a utilização indevida de uma IG para determinado produto ou serviço, delimitando a área geográfica de uso aos produtores e prestadores de serviços da região, buscando manter padrões locais, impedindo que outras pessoas utilizem o nome da região em produtos ou serviços indevidamente, garantindo maior segurança aos indivíduos nas relações de consumo (CERDAN, 2014; PINTO e PAIXÃO, 2018).

Como visto por diversos autores (CERDAN, 2014; PINTO e PAIXÃO, 2018; BHAT e SINGH, 2017; BRASIL, 1975; BRASIL, 1996;), a Indicação Geográfica é parte da Propriedade Intelectual - PI, tem classificação internacional, visa proteger um produto ou serviço, traz muitos benefícios aos produtores, consumidores e ao meio ambiente. Há regras e procedimentos a serem seguidos pelos signatários no processo de identificação, preparação e registro de um selo de Indicação Geográfica.

4 Indicação Geográfica e Associações de Artesanato

Indicações Geográficas – IG - são elementos da Propriedade Intelectual – PI aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados, envolvendo questões ambientais, históricas e socioculturais particulares. Segundo a normatização brasileira, podem ser de dois tipos: Indicações de Procedências - IP ou Denominações de Origem - DO (BRASIL, 1996) e (PINTO e PAIXÃO, 2018). Sobre os distintos tipos de IG, Russo et al. (2011, p. 80), esclarecem que estão relacionados com a forma de produção ou características do meio geográfico, sendo que a Indicação de Procedência - IP está relacionada com o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço e a Denominação de Origem- DO que está relacionada com produto ou serviço, cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

O local de origem de um produto certificado pode ser uma localidade, uma cidade, uma região ou um país e o registro pode ser solicitado individual ou coletivamente. Uma Indicação Geográfica difere de uma marca por ser um direito coletivo, não podendo ser licenciado ou cedido, pertence exclusivamente aos fabricantes ou prestadores de serviços de uma determinada região geográfica (PUHLMANN e MOREIRA, 2004).

A Indicação Geográfica informa ao consumidor que uma mercadoria é produzida em certo lugar e tem certas características que são ligadas ao local de produção. Essa chancela pode ser utilizada por todos os produtores que desenvolvem suas atividades na localidade de abrangência da IG (BRASIL, 1996; FABRIS et al., 2012 e PINTO e PAIXÃO, 2018).

Vários autores colocam que uma Indicação Geográfica beneficia produtos, produtores, o meio ambiente e a região na qual está inserida. Corroboram com essa ideia autores como Cerdan (2014, p. 48) e Garcia et al. (2018, p. 91), que abordam que as IG vêm de regiões agrícolas desfavorecidas e buscam, no sinal distintivo, a valorização da qualidade e conhecimentos locais.

Nascimento et al. (2012, p. 382) reconhecem que uma Indicação Geográfica pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviços complementares. Locatelli (2007, p. 65) considera os impactos diversos em vários aspectos econômicos de uma região; Fabris et al. (2012, p. 392) preocupa-se com a abordagem da maior competitividade do produto, bem como vínculos de confiança entre os envolvidos e, ainda, Da Silva e Russo (2018, p. 206), salientam que é responsabilidade de todos a sustentabilidade do território, com foco no desenvolvimento local. Garcia et al. (2018, p. 91) estabelecem que a IG é importante para a promoção do desenvolvimento regional, que as instituições envolvidas no processo precisam

fazer propostas e ações estratégicas juntas, para assim canalizar, de forma mais efetiva, as políticas públicas, visando à redução das desigualdades econômicas e sociais nas regiões.

Uma Indicação Geográfica, além de beneficiar economicamente e ambientalmente uma região, pode ainda ter efeitos positivos no âmbito social. Nesse aspecto, Cerdan (2014, p. 45) pontua que a IG promove não somente uma consolidação das atividades fins, mas também de serviços complementares relacionados à valorização do patrimônio, incluindo o artesanato. Seguindo a linha de benefícios sociais, Bhat e Singh (2017, p. 276) corroboram e vão além sobre o setor de artesanato, apoiando que este sofre devido à sua estrutura desorganizada, à baixa qualificação e escolaridade da mão-de-obra, baixo capital investido, pouca exposição a novas tecnologias, ausência de inteligência de mercado, infraestrutura e apoio institucional insuficientes. Os autores concordam que para superar esses problemas, a Indicação Geográfica pode ser uma ferramenta útil.

Bhat e Singh (2017, p. 275) colocam que artesanato é uma atividade que não exige muito investimento em capital, mas são intensivas em mão de obra e geração, em larga escala, de emprego e rendimento, e ainda, favoráveis ao meio ambiente. Para Azevedo (2018, p. 181), é uma forma de produção que pode ou não gerar bens econômicos, mas tem como vantagem a geração de trabalho para grupos de mulheres que almejam ocupar um lugar na sociedade. Sendo assim, configura-se uma das áreas de atuação da mulher empreendedora, por ser uma atividade de habilidade manual associada ao trabalho feminino.

Ao se organizarem em associações, os artesãos estão escolhendo também uma importante estratégia mercadológica, pontuam Keller (2014, p. 328) e Dabul (2016, p. 13). Para esses autores essa escolha pode representar um instrumento de diferenciação para melhorar a vida e as condições de trabalhos dos artesãos e chegar diretamente aos consumidores. Refletem ainda que as associações têm uma importância que vai além dos benefícios econômicos, perpassa a economia local, inclusão social, geração de rendimento e expressão cultural.

Para a longevidade das associações com Indicação Geográfica, Belletti et al. (2017) e Bhat e Singh (2017) concordam que é preciso que haja uma interação entre o setor público e o setor privado, com espaço para a gestão participativa nas associações. A presença massiva do estado pode tornar a associação ineficaz; da mesma forma, a ausência do estado como agente regulador pode prejudicar não só a gestão, mas também toda a cadeia e o meio ambiente. Wilkinson et al. (2017) e Rodrigues Valente (2012) acedem para o fato de que não apenas instituições governamentais são importantes para a gestão e sobrevivência de uma IG, as redes institucionais não governamentais têm um papel muito importante no apoio e suporte às

associações, promovendo discussões, fomentando negócios, divulgando produtos, serviços, e a própria cultura da IG, ainda pouco conhecida no Brasil.

Uma Indicação Geográfica promove diversos benefícios para os atores do processo, esse posicionamento é ratificado por (CERDAN, 2014; GARCIA et al., 2018; NASCIMENTO et al., 2012; LOCATELLI, 2007; FABRIS et al, 2012; AZEVEDO, 2018; KELLER, 2014; DABUL, 2016; BELLETTI et al, 2017; BHAT e SINGH, 2017, WILKINSON et al., 2017 e RODRIGUES VALENTE, 2012), que também concordam com as necessidades de apoio governamental e não governamental às associações de artesanato com IG, visando sua longevidade e sucesso.

5 Associações de Artesanato no Brasil com Indicação Geográfica - IG

A UNESCO (2010, p. 8) coloca que toda forma de artesanato faz parte da indústria criativa, refletindo e representando o patrimônio cultural e identidade de um povo. Da mesma forma, Castilho (2017, p. 191) propõe que artesanato é uma atividade predominantemente manual que exige criatividade e habilidade pessoal, além de ser uma manifestação de vida em sociedade. Os dois concordam que o produto de um artesão pode ser visto como um testemunho vivo de uma determinada cultura por meio de sua representatividade.

Lima (2016) e Singer (2018) pontuam as diferenças regionais como um dos maiores desafios dos países em desenvolvimento, no tocante à desigualdade de rendimentos, principalmente no Brasil, um país com dimensão continental que apresenta diferenças regionais gritantes, principalmente entre as regiões Nordeste e Sudeste do país. As associações de trabalhadores, produtores ou artesãos, para autores como Singer (2018) e Gaiger (2013), visam produzir bens ou serviços a serem vendidos em mercados, promovendo não só geração de renda familiar, mas também objeto de políticas públicas específicas e programas. Keller (2014) faz uma abordagem semelhante, aprofundando, no elemento da comercialização, como gerador de rendimento, ressaltando a participação das mulheres na produção do artesanato, uma atividade não só cultural, mas econômica e de grande valor social.

Uma Indicação Geográfica é capaz não apenas de salvar o produto em particular, mas também as milhões de pessoas envolvidas, estas quase sempre em situações econômicas difíceis, como afirmam Bhat e Singh (2017, p. 277). Os autores sinalizam que uma IG beneficia um setor de diferentes maneiras, como o artesanato tradicional que pode ser projetado pelo mundo em termos de qualidade e autenticidade, fornecendo oportunidades de meios de subsistência para pessoas que precisam migrar para obter isso. Corroborando com essa ideia, Fabris et al. (2012, p. 392) ponderam que uma IG de produto artesanal pode promover diversas

melhorias em uma região, sendo capaz de preservar as particularidades dos produtos, patrimônio das regiões específicas, estimular investimentos na própria área de produção, com valorização das propriedades, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego, entre muitos outros benefícios.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI mostra, em suas estatísticas, a evolução das Indicações Geográficas, que foram concedidas no Brasil, de 2000 a 2017, evidenciando que o artesanato teve seu primeiro registro no Brasil apenas em 2009, uma diferença de nove anos para a primeira concessão de IG no País, conforme Tabela 3.

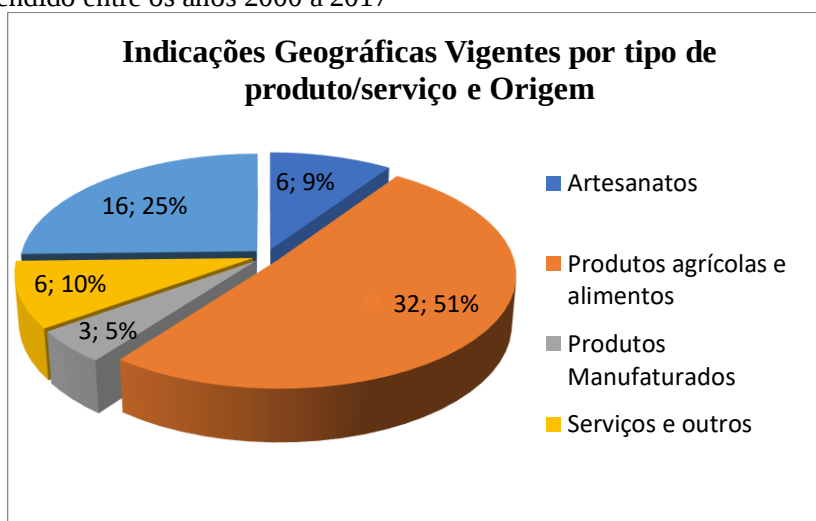
Tabela 3 – Registro concedidos de Indicação Geográfica por tipo de produto/serviço junto ao INPI para o período compreendido entre os anos 2000 a 2017

Tipo produto/serviço	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Não Residente	1	2	2	0	0	0	1	0	2	4	1	3	2	1	1	0	1	2
Produtos agrícolas e alimentos	1	1										1			1		1	1
Produtos Manufaturados			1															
Vinho/Outras bebidas espirituosas		1	1				1		2	4	1	2	2	1				1
Residentes	1	0	2	0	5	1	1	4	2	7	13	5	8	5	11	12	4	8
Artesanato										1	2	1	1	1	1			1
Produtos agrícolas e alimentos			2		2	1		3	1	4	3	3	3	4	9	10	3	5
Produtos Manufaturados					1			1		1	1							1
Serviços e outros					2						5	1	1			1	1	
Vinho/Outras bebidas espirituosas	1						1		1	1	2		3		1	1		1
Total	2	2	4	0	5	1	2	4	4	11	14	8	10	6	12	12	5	10

Fonte: INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v5.0; elaborado pelos autores (2019).

Na figura 10 estão apresentados as Indicações Geográficas vigentes em relação aos tipos de produto. Em relação aos outros tipos de IG, o artesanato representa cerca de 6,9% do total de Indicações Geográficas concedidas. Verifica-se uma predominância de produtos agrícolas e alimentícios, seguido pelos vinhos ou outras bebidas. Todos os artesanatos concedidos se enquadram na modalidade Indicação de Procedência – IP, pois, conforme já colocado por Russo et al. (2011, p. 80), a Indicação de Procedência - IP está relacionada com o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, como é o caso do artesanato.

Figura 10 – Registros de Indicação Geográfica por tipo de produto/serviço junto ao INPI para o período compreendido entre os anos 2000 a 2017



Elaborado pelos autores conforme base de dados do INPI (2019).

Fonte: INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v5.0.

De acordo com a Tabela 3, observa-se que no Brasil, período compreendido entre 2009 e 2016, apenas oito Indicações Geográficas de artesanato, foram concedidas pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI como Indicação de procedência - IP. O Quadro 6 mostra as IG de artesanato concedidas pelo INPI no período de 2009 a 2016 no Brasil.

Quadro 6 – Indicações Geográficas de Artesanato, local, data de concessão

Indicação Geográfica - IG	Local	Estado	Data de concessão
1 - IG200702 Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul - AICSUL - Couro Acabado no Vale do Sinos	Novo Hamburgo	RS	19/05/2009
2 - IG200902 Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins – AREJA - Artesanato em Capim Dourado	Jalapão	TO	30/08/2011
3- IG201003 Associação das Paneleiras de Goiabeiras - Painéis de barro	Goiabeiras	ES	04/10/2011
4 - IG201010 Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João Del-Rei - Peças artesanais em estanho	São João Del-Rei	MG	07/02/2012
5 - IG201014 Conselho da União das Associações e Cooperativas de Garimpeiros, Produtores, Lapidários e Joalheiros de Gemas de Opalas e de Joias Artesanais de Opalas Pedro II	Pedro II	PI	03/04/2012
6 - IG201107 Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora - Renda de agulha em Lacê	Divina Pastora	SE	26/12/2012
7 - BR402012000005-5 Conselho Associação das Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença - CONARENDA. Cariri Paraibano - Renda renascença	Cariri Paraibano	PB	24/09/2013
8 - BR402014000012-3 Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba - Bordado Filé	Região das Lagoas Mundaú-Manguaba	AL	19/04/2016

Elaborado pelos autores conforme base de dados do INPI (2019).

Fonte: INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v5.0

Todas as Indicações Geográficas estão relacionadas com artesãos de comunidades de baixa renda, na sua maioria em pequenas cidades do interior dos estados do Brasil ou nas periferias, com baixo ou médio Índice de Desenvolvimento Humano - IDH. No Brasil, em cerca de 50% das associações com IG, são as mulheres que predominam como gestoras e artesãs (SEBRAE, 2014).

As associações de artesanato no Brasil, com Indicação Geográfica – IG, até dezembro de 2018, são:

1 - IG200702 Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul - AICSUL - Vale do Sinos BR/RS Couro Acabado - Indicação de Procedência - IP - 19/05/2009.

A Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul – AICSUL, localizada em Novo Hamburgo, no Vale do Sinos – RS, tem como produto o couro. Foi a primeira Indicação Geográfica de um produto industrial no Brasil. A certificação abrange 44 municípios da região em uma área delimitada de 1.398 km², que obedecem a uma produção industrial altamente controlada. A Certificação de Indicação de Procedência – IP foi concedida em 19/05/2009 e visa à manutenção da qualidade e de normas rígidas no beneficiamento do couro, e incluem desde o recebimento da matéria-prima até o produto final (SEBRAE, 2014);

2 - IG200902 Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins – AREJA - Região do Jalapão do Estado do Tocantins - TO Artesanato em Capim Dourado - Indicação de Procedência – IP - 30/08/2011.

Em 30/08/2011, o INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial concedeu o selo de Indicação Geográfica e Indicação de Procedência - IP da Região do Jalapão do Estado de Tocantins. Além de garantir o uso do nome do Jalapão, às comunidades locais, qualifica a produção, agrega valor ao produto final e incentiva, ainda mais, o turismo aliado ao artesanato da belíssima localidade. Os artesãos da Região do Jalapão se organizaram em uma associação, a AREJA - Associação de Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão, que teve por objetivo reunir as nove associações existentes na região, formando uma única, para representar o artesanato produzido, estabelecendo um regulamento conjunto (O OURO, 2015).

3- IG201003 Associação das Paneleiras de Goiabeiras –Goiabeiras -ES - Panelas de barro - Indicação de Procedência - IP - 04/10/2011.

A Associação das Paneleiras de Goiabeiras, localizada no bairro homônimo, na cidade de Vitória – ES, representa as artesãs que produzem panelas de barro utilitárias. Obedecendo aos princípios de uma Indicação Geográfica, existem produtos autorizados para a Indicação de Procedência Goiabeiras e eles são compostos pelas panelas dos tipos: moquequeira ou frigideira; a panela de arroz ou pirão; o caldeirão; a assadeira, onde é assada e servida a típica

torta capixaba, e as panelas de caldo, com bastante demanda entre os restaurantes (SEBRAE, 2014).

4 - IG201010 Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João Del-Rei - São João Del-Rei - MG Peças artesanais em estanho Indicação de Procedência 07/02/2012.

De acordo com o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2014), o município de São João Del-Rei é o principal produtor de peças artesanais em estanho no país. Em 2012, a Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João Del-Rei (AAPE) recebeu do INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial, em suas peças, o selo de Indicação de Procedência – IP da cidade. A associação criou uma regulamentação na qual estão elencadas todas as características que o processo de produção das peças deve ter para receber o selo de Indicação de Procedência “São João Del-Rei”. O controle de qualidade é realizado pelos associados e representantes de entidades São-joanenses que apoiam a produção artesanal na cidade;

5 - IG201014 Conselho da União das Associações e Cooperativas de Garimpeiros, Produtores, Lapidários e Joalheiros de Gemas de Opalas e de Joias Artesanais de Opalas de Pedro II -PI Opala preciosa e joias artesanais de opalas de Pedro II Indicação de Procedência - IP 03/04/2012.

Conforme SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2016), a cidade de Pedro II, localizada ao norte do Piauí, é responsável por praticamente 100% da produção de joias artesanais de opalas do estado, constituindo também a principal atividade econômica da cidade. Segundo o Regulamento de Uso da Indicação Geográfica, da Opala preciosa de Pedro II, com a obtenção do selo de IG, o Conselho da União das Associações e Cooperativas de Garimpeiros, Produtores, Lapidários e Joalheiros de Gemas de Opalas e de Joias Artesanais de Opalas de Pedro II, através do seu conselho regulador, definiu a área de produção, os tipos de opala, as formas de lapidação, entre outras questões de uso do selo;

6 - IG201107 Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora – SE, Renda de agulha em Lacê - Indicação de Procedência – IP - 26/12/2012.

O registro de Indicação Geográfica da Renda Irlandesa, no modelo Indicação de Procedência - IP, garante a origem e a qualidade da renda de Divina Pastora, em Sergipe. Isto confere ao produto um diferencial em relação às rendas produzidas em outros estados brasileiros. O modo de fazer da renda irlandesa foi reconhecido como Patrimônio Cultural do Brasil, em 2008, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2014). A Indicação Geográfica, concedida pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI em

2013, agregou valor e credibilidade a este produto, conferindo um diferencial de mercado em função das características de seu local de origem. (SEBRAE, 2014);

7 - BR402012000005-5 Conselho Associação das Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença - CONARENDA. Cariri Paraibano - PB Renda renascença - Indicação de Procedência – IP - 24/09/2013.

O INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, concedeu o registro de Indicação Geográfica ao Conselho das Associações, Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença do Cariri Paraibano – CONARENDA, em vinte e quatro de setembro de dois mil e treze na modalidade de Indicação de Procedência – IP para a produção da Renda Renascença da região conhecida como “Cariri Paraibano”, correspondente aos limites políticos dos municípios de Monteiro, Camalaú, São João do Tigre, São Sebastião do Umbuzeiro, Zabelê, Prata, Sumé e Congo. O número de associadas está em cerca de quatrocentas artesãs, mas o número de mulheres que trabalham com a renda, na região, é bem maior, podendo chegar a três mil pessoas (SEBRAE, 2013).

8 - BR402014000012-3 Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba, Região das Lagoas Mundaú-Manguaba - AL Bordado Filé - Indicação de Procedência - IP - 19/04/2016.

Segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, em 09 de dezembro de 2014, o INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, concedeu o registro de Indicação Geográfica, na modalidade Indicação de Procedência - IP, para o bordado filé da região das Lagoas Mundaú-Manguaba. A área de abrangência é de 252 km² no estado de Alagoas, abrangendo parte dos municípios de Marechal Deodoro, Pilar, Santa Luzia do Norte, Coqueiro Seco, Satuba e Maceió. A IG foi concedida em nome do Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba, com cerca de duzentas artesãs (IPHAN, 2014).

As Indicações Geográficas de artesanato representam 6,9% do total de IG concedidas no Brasil, um país grande e multicultural, sendo relativamente pouco, se comparado com os outros tipos de Indicação Geográfica registrados no INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, muito pouco em relação a países como Portugal, França e Itália e insuficiente diante da riqueza do artesanato brasileiro, reconhecido em território nacional e internacional.

6 Considerações

Conclui-se que as Indicações Geográficas podem instigar o desenvolvimento regional, promover geração de rendimentos, inserção do artesão no mercado de trabalho, principalmente mulheres, proteger o patrimônio natural e cultural, entre outros benefícios. O selo de Indicação Geográfica beneficia todos os envolvidos no processo e ainda atribui qualidade e diferenciação a um produto, possibilitando vantagem competitiva a produtos que dificilmente chegariam valorizados ao consumidor final sem referencial de garantia.

Em tempos de mercados globalizados, desemprego e lutas de classes em diversos países, o artesanato, principalmente o realizado por mulheres, vem ganhando espaço e valorização no mercado, contrapondo a cultura dos “ganhadores/perdedores”. As associações de artesanato com IG estão localizadas em cidades com Índice de Desenvolvimento Humano – IDH baixo e médio, sendo a IG uma possível indutora da melhoria desse indicador, e consequentemente da melhoria de vida das pessoas envolvidas.

Uma Indicação Geográfica reconhece o valor dos produtos, ao mesmo tempo colabora com a manutenção e valorização de uma cultura. Em um mundo globalizado, com grande oferta de produtos e serviços de qualidade similar, o diferencial do selo imprime valor, promove o associativismo, fomenta a cultura da igualdade e da colaboração, em um país como o Brasil, que vive um sistema capitalista com enorme e crescente desigualdade social.

Reconhece-se a necessidade de um suporte maior por parte de instituições não governamentais, como confrarias e redes, além das instituições governamentais, às associações, principalmente às que são constituídas por artesãos com baixa escolaridade e baixa renda. A proteção de produtos regionais, com produção relativamente pequena e limitada, pode promover a valorização e desenvolvimento local.

É importante ressaltar a necessidade de novos e continuados estudos sobre o tema, que se mostra relevante diante das imensas desigualdades sociais no mundo e a possibilidade de, com a utilização desse selo, minorar essa situação.

Referências

- AZEVEDO, P. M.; DE ANDRADE, M. O. Empreendedorismo de mulheres artesãs: caminhos entre o capital social e a autogestão. **Revista de Ciências Sociais-Política & Trabalho**, v. 1, n. 47, p. 173-189, 2018.
- BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A.; TOUZARD, J. M. Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. **World Development**, v. 98, p. 45-57, 2017.

BHAT, I. H.; SINGH, S. A study on branding of handicraft through geographic indication with reference to kashmir. **International Journal of Information, Business and Management**, v. 9, n. 4, p. 275, 2017.

BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Portal da Legislação**, Brasília, 14 mai. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>.

BRASIL, 1975. Decreto nº 75.572, de 8 de abril de 1975. Promulga a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial. **Revisão de Estocolmo**, 1967

CASTILHO, M. A. et al. Artesanato e saberes locais no contexto do desenvolvimento local. **Interações (Campo Grande)**, Campo Grande, v. 18, n. 3, p. 191-202, set. 2017. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-70122017000300191&lng=pt&nrm=iso>. <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v18i3.1518>.

CERDAN, C. M. T. et al. Indicações Geográficas de produtos agropecuários: Importância histórica e atual: Uma breve história sobre os sinais distintivos e as Indicações Geográficas (IG). In: PIMENTEL, Luiz Otávio et al. (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo III Indicação Geográfica**. 4ª ed. ed. Florianópolis: FUNJAB, 2014. cap. 1, p. 32-58. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf>>.

DA SILVA, W. de V. R.; RUSSO, S. L. Valorização dos Produtos de Origem como Estratégia para o Desenvolvimento Territorial Sustentável—O Caso da Cajuína do Piauí. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v. 2, n. 4, p. 195-208, 2018.

DABUL, L. Artistas plásticos em feira de artesanato: Lugares e sentidos da venda In: Arte e vida social: Pesquisas recentes no Brasil e na França [en ligne]. **Marseille: Open Edition Press**, 2016 (généré le 16 mars 2018). Disponível em: <<http://books.openedition.org/oep/569>>. DADOS MUNICIPAIS: **Informações Geográficas**. 2018. Disponível em: <<http://www.divinapastora.se.gov.br/informacoesGeograficas>>..

DE AGUIAR ALVES, V. B. O Filé: arte e cultura no Pontal da Barra em Maceió (Brasil) e em Margaride (Felgueiras—Portugal): coleta de informação e preservação da memória. **Páginas a&b**, p. 130-137, 2014.

DOSSIÊ IPHAN; 3. **Ofício das paneleiras de goiabeiras**. – Brasília, DF: Iphan, 2006. 70 p.: il. color, 25 cm. isbn 85-7334-031-2. Bibliografia: p. 54-58. 1. Patrimônio Cultural. 2. Patrimônio Imaterial. 3. Paneleiras-ofício. I. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. II. Série. Iphan/Brasília-DF. Disponível em <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/51>>.

FABRIS, J.; MACHADO, G. J. C.; GOMES, I. M. de A. Evolução da proteção dos produtos tradicionais. **Revista GEINTEC - Gestão, Inovação e Tecnologias**, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 387-395, out. 2012. ISSN 2237-0722. Disponível em: <<http://www.revistageintec.net/index.php/revista/article/view/72/137>>.doi: <http://doi.org/10.7198/geintec.v2i4.72>.

GAIGER, L. I. A economia solidária e a revitalização do paradigma cooperativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 28, n. 82, 2013. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v28n82/v28n82a13.pdf>.

GARCIA, D. L. et al. Indicação Geográfica e o Desenvolvimento Regional do Baixo São Francisco Sergipano. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v. 2, n. 2, p. 80-94, 2018.

INPI, Instituto Nacional da Propriedade; SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Guia de implementação de indicações geográficas para produtos: orientações para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI**. Brasília, 2011, 86p.

_____, Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2017**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/estatisticas>.

IPHAN - INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Renda Irlandesa** – Divina Pastora. Instrução Técnica do Processo de Registro do Modo de Fazer da Renda Irlandesa tendo como referência o Ofício das Rendeiras de Divina Pastora/SE, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=3227>.

KELLER, P. F. O artesão e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. **Política & Trabalho**, n. 41, 2014. Disponível em www.periodicos.ufpb.br/index.php/politicaetrabalho/article/viewFile/21342/12653.

LIMA, R. C. de A; LIMA, J. P. R. **Distribuição do PIB per capita nas microrregiões brasileiras: uma análise exploratória espacial**. 2016. Disponível em <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/7376>.

LOCATELLI, L. **Indicações Geográficas: A proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico**. Curitiba: Juruá Editora. 2008.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista GEINTEC**, São Cristóvão, SE, v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012

O OURO do Jalapão. 706. ed. Rio de Janeiro: [s.n.], 2015. p 39-42. Disponível em: https://issuu.com/sociedadenedacionaldeagricultura/docs/a_lavoura_706>. Acesso em: 19 jul. 2018.

PAB – PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO. Base conceitual do artesanato Brasileiro. **Brasília: PAB**, 2012. Disponível em <http://www.secretariadegoverno.gov.br/micro-e-pequena-empresa/assuntos/programa-do-artesanato-brasileiro>.

PINTO, J. C.; PAIXÃO, A. E. A. Indicação Geográfica: um estudo sobre seus aspectos legais no Brasil. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v. 2, n. 2, p. 71-79, 2018.

PUHLMANN, A. C. A.; MOREIRA, C. F. **Noções Gerais sobre Proteção de Tecnologia e Produtos**. São Paulo: Instituto de Pesquisa Tecnológicas, 2004.

Regulamento de uso da Indicação de Procedência da Opala Preciosa de Pedro II. Pedro II - PI: [s.n.], 2011. 8 p. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/.../AcompanhamentodeIGs_RPI2442_24Out17.pdf>.

RODRIGUES VALENTE, M. E. et al. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, v. 42, n. 3, 2012.

RUSSO, S. L., et al. **Capacitação em inovação tecnológica para empresários**. São Cristóvão, p. 77-117, 2011.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, INPI - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Indicações Geográficas Brasileiras**. Coordenação Hulda Oliveira Giesbrecht. Brasília: SEBRAE, INPI, 2014. 264 p.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Indicações geográficas brasileiras: artesanato** = Brazilian geographical indications: artisanal handicraft = Indicaciones geográficas brasileñas: artesanía. Coordenação: Hulda Oliveira Giesbrecht, Raquel Beatriz Almeida de Minas. 2. ed. Brasília: Sebrae, INPI, 2016. 73 p.

SEBRAE SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A IG ajuda a manter os padrões de qualidade do produto e impede que outras pessoas utilizem indevidamente o nome da região em produtos ou serviços**. PB 04/10/2013. Disponível em <http://www.pb.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PB/renda-renascenca-recebe-selo-de-identificacao-geografica-do-cariri-paraibano,8cbacd8ca8906410VgnVCM1000003b74010aRCRD>.

SINGER, Paul. **Ensaio sobre economia solidária**. Leya, 2018.

UNESCO. **Creative economy: report 2010**. Nova York: United Nation, 2010.

WILKINSON, J.; CERDAN, C.; DORIGON, C. Geographical Indications and “Origin” Products in Brazil—The Interplay of Institutions and Networks. **World Development**, v. 98, p. 82-92, 2017.

WIPO. WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. DL 101 **General course on intellectual property** – session 2, 2016. Disponível em <https://www.wipo.int/portal/en/>

5 PESQUISA EM ASSOCIAÇÕES DE ARTESANATO DE RENDEIRAS E BORDADEIRAS COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO NORDESTE DO BRASIL E NORTE DE PORTUGAL

Esta publicação pode ser encontrada em sua versão original em língua inglesa na revista *International Journal of Development Research*, volume: 7, número 8, 2019, com 11 páginas. Disponível em <https://ijer.net/ijer>

Ilka Maria Escalante Bianchini¹; Suzana Leitão Russo²; Norberto Nuno Pinto dos Santos³

¹Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil
Instituto Federal de Sergipe - IFS
ibianchini@yahoo.com.br

²Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil
Suzana.ufs@hotmail.com

³Programa de Doutorado e Mestrado em Turismo - DPGEOTUR
Universidade de Coimbra, Colégio de São Jerónimo
Coimbra - Portugal
norgeo@ci.uc.pt

Resumo

Este artigo apresenta resultados parciais de uma pesquisa sobre o perfil das Associações de Rendas e Bordados com Indicação Geográfica – IG no Nordeste do Brasil e em Portugal. As Indicações Geográficas valorizam e protegem produtos tradicionais vinculados à uma determinada localidade, ao mesmo tempo trazem contribuições positivas para a economia local. As Associações de produção de artesanato no Brasil, que têm obtido o selo de IG, agregam muitos artesãos que retiram o sustento de suas famílias quase que exclusivamente com a venda dos produtos. Em Portugal, o processo é diferente e a certificação é individual para a artesã e para as peças. Este estudo buscou caracterizar o perfil das associadas das associações de rendas Irlandesa, Renascença e do bordado Filé no Nordeste do Brasil com selo de Indicação Geográfica e das rendas de Tibaldinho, Bilro e Lenço dos Namorados em Portugal. O trabalho foi iniciado com pesquisa bibliográfica que precedeu a pesquisa de campo e Doutorado Sanduíche em Portugal. Na pesquisa bibliográfica foram utilizados artigos, teses, dissertações disponíveis nas bases *on-line* dos periódicos da CAPES - Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior. O Doutorado Sanduíche foi realizado entre novembro de 2018 e março de 2019, a pesquisa de campo no Brasil foi realizada nos meses de maio e junho de 2019 e a coleta de dados ocorreu através de questionário semiestruturado.

Palavras-chaves: Indicação Geográfica; Artesanato; Geração de Renda.

Abstract

This paper presents partial results of a survey on the profile of Geographical Indication Lace Embroidery Associations in northeastern Brazil and Portugal. Geographical Indications value and protect traditional products linked to a particular locality, while making positive contributions to the local economy. Handicraft production associations in Brazil, which have obtained the geographical indication seal, add many artisans who derive their families' livelihoods almost exclusively by selling the products. In Portugal the process is different and the certification is individual for the artisan and the pieces. This study aimed to characterize the

profile of the members of the Renda Irlandesa, Renda Renascença e Bordado Filpe associations in northeastern Brazil with Geographical Indication seal and the lace of Tibaldinho, Bilro and Lenço dos Namorados in Portugal. The work started with bibliographic research that preceded the field research and Doctoral Sandwich in Portugal. In the bibliographic research were used articles, theses, dissertations available in the online bases of CAPES periods. The Sandwich Doctorate was conducted between November 2018 and March 2019 and the field research in Brazil was conducted from May to June 2019, and data were collected through a semi-structured questionnaire.

Key world: Geographical Indication; Crafts; Income Generation.

1 Introdução

1.1 Indicação Geográfica - IG e Propriedade Intelectual - PI

Indicações Geográficas -IG são elementos da Propriedade Intelectual - PI aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados, envolvendo questões ambientais, históricas e socioculturais particulares. Segundo a normatização brasileira, podem ser de dois tipos: Indicações de Procedência – IP ou denominações de origem - DO (BRASIL, 1996).

Valente et al., (2012) pontuam que as definições de denominação de origem e Indicação de Procedência – IP, definidas pela legislação brasileira, são parecidas com a Denominação de Origem – DO e Indicação Geográfica constante nos regulamentos da União Europeia. Nos dois casos, as diferenças são nítidas: na Denominação de Origem - DO, as características geográficas, meteorológicas e humanas, que caracterizam todo o processo de produção, são determinantes na caracterização e na diferenciação do produto; na Indicação de Procedência - IP (Brasil) ou Indicação Geográfica (União Europeia), não é necessário que a qualidade do produto esteja estreitamente vinculada às características naturais peculiares da região, basta que o bem produzido, nessa área, possua reputação e notoriedade junto ao mercado consumidor. Os autores abordam ainda, que não só a cultura que envolve a produção garante a sua tipicidade, mas a sua qualidade está menos associada ao território e ainda, que a definição de Indicação Geográfica presente na legislação brasileira, difere da adotada pela UE – União Europeia e abrange, além de produtos de qualquer natureza, também a prestação de serviços como passível de proteção por essa Propriedade Intelectual - PI.

Os consumidores entendem que as Indicações Geográficas são referências de origem e qualidade dos produtos; em face disso, a falsificação de produtos certificados é um ato passível de punição, pois prejudica não só os produtores legítimos, mas principalmente os consumidores, que adquirem um produto em face da valiosa reputação. As penas por falsificar um produto certificado vão, desde a proibição do uso não autorizado da certificação, passando pelo

ressarcimento de danos e, em alguns casos graves, até a prisão dos envolvidos (JUNGSMANN, 2010).

Conforme discutem os autores Belletti et al., (2017), o apoio concedido aos produtos da IG, como fornecedores de bens públicos locais, exige a combinação correta de iniciativas públicas e privadas, deixando espaço para gerenciamento coletivo. Produtos protegidos por uma IG podem desempenhar um papel relevante na ativação e no apoio aos processos locais de desenvolvimento sustentável, nas áreas rurais. Mas, para o autor, isso não acontece automaticamente. Os laços entre setor público e privado demoram a acontecer e podem envolver uma série de potenciais efeitos negativos que devem ser cuidadosamente avaliados e gerenciados. Um produto com IG pode contribuir para o desenvolvimento sustentável, mas provavelmente requer a regulamentação apropriada de sua produção e consumo e a remoção ou tratamento de aspectos que impedem ou que podem bloquear as iniciativas de valorização da IG. Coloca ainda que, pela natureza multidimensional de uma IG, diferentes áreas são apropriadas para explorar o potencial associado aos produtos.

Para o Instituto Nacional da Propriedade Industrial do Brasil – INPI, organização que concede o selo de Indicação Geográfica, o artesanato se enquadra na modalidade Indicação de Procedência - IP, pois como corroboram Russo et al. (2011, p. 80), a Indicação de Procedência - IP está relacionada com o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço.

1.2 Associações de Artesanato de rendas e bordados com Indicação Geográfica - IG pesquisadas

As Associações de Artesanato foram selecionadas para a pesquisa a partir da lista de concessão de Indicação Geográfica fornecida pelo INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial do Brasil. Foram escolhidas as associações localizadas na região Nordeste do Brasil, sendo elas: Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora - ASDEREN - SE Renda de agulha em Lacê - Indicação de Procedência; Conselho Associação das Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença - CONARENDA. Cariri Paraibano - PB Renda renascença - Indicação de Procedência; e Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba - INBORDAL, Região das Lagoas Mundaú-Manguaba - AL Bordado Filé - Indicação de Procedência (INPI, 2016).

Foi realizada também pesquisa com três organizações de rendas e bordados com certificação em Portugal – PT no período de novembro de 2018 a abril de 2019. Em Portugal, diferente do Brasil, as rendeiras e bordadeiras não estão organizadas em Associações, sendo de

responsabilidade das Câmaras municipais todo o processo de reconhecimento e salvaguarda dos selos, sejam eles de Indicação Geográfica ou outros. A pesquisa ocorreu durante a realização do Doutorado Sanduíche com apoio da CAPES - Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior.

A Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora – ASDEREN, está sediada no município de Divina Pastora, localizado na região central do Estado de Sergipe. A cidade hoje conhecida como “terra da Renda Irlandesa” detém o saber tradicional das rendas feitas à mão. O modo de fazer da renda irlandesa foi reconhecido como Patrimônio Cultural do Brasil, em 2008, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2014). O selo de Indicação Geográfica foi concedido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI em 2013 (SEBRAE, 2014).

No início, a Associação contabilizava cerca de 200 associadas, mas atualmente conta com aproximadamente 60 associadas; porém, oferece apoio a um número maior de mulheres, que não são associadas, mas que buscam ajuda para produção da renda, em oficinas de costura, na compra coletiva de insumos e na divulgação dos produtos no Brasil e exterior (PESQUISA DE CAMPO, 2019 e SEBRAE, 2014).

O INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, concedeu o registro de Indicação Geográfica ao Conselho das Associações, Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença do Cariri Paraibano – CONARENDA, que congrega várias associações na região geográfica de influência da IG, em 24 de setembro de 2013, na modalidade de Indicação de Procedência- IP para a produção da Renda Renascença da região conhecida como “Cariri Paraibano”, correspondente aos limites políticos dos municípios de Monteiro, Camalaú, São João do Tigre, São Sebastião do Umbuzeiro, Zabelê, Prata, Sumé e Congo. O número de associadas está em cerca de 400 artesãs, mas o número de mulheres que trabalham com a renda, na região, é bem maior, podendo atingir três mil pessoas. A renda da região se diferencia das demais e a produção inseriu as mulheres no mercado de trabalho, tornando-se a única fonte de receita para muitas famílias (SEBRAE, 2013).

O registro de Indicação Geográfica, na modalidade Indicação de Procedência - IP, foi concedido pelo INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial para o bordado filé da região das Lagoas Mundaú-Manguaba, em 09 de dezembro de 2014. A área de abrangência é de 252 km², no estado de Alagoas, abrangendo parte dos municípios de Marechal Deodoro, Pilar, Santa Luzia do Norte, Coqueiro Seco, Satuba e Maceió. A IG foi concedida em nome do Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba, que iniciou suas atividades com cerca de 200

artesãs, mas atualmente conta com cerca de 35 associadas (IPHAN, 2014, Pesquisa de Campo, 2019).

Em Portugal, foram pesquisadas as Rendas de Bilro de Peniche, a Renda Tibaldinho de Mangualde e a Renda do Lenço dos Namorados do Minho. Foram entrevistadas doze rendeiras e bordadeiras certificadas pelas Câmaras Municipais e Entidades Certificadoras oficiais, por seus trabalhos e peças, em três diferentes conselhos. Nos três casos foram entrevistados ainda, os Secretários da Cultura dos Municípios. As rendas e bordados certificados de Portugal seguem o que consta no Decreto-Lei n.º 121/2015 de 30 de junho de 2015 e são regidos pelas normas do Sistema Nacional de Qualificação e Certificação de Produções Artesanais Tradicionais - SNQCPAT (PORTUGAL, 2015).

2 Metodologia

Este artigo está organizado da seguinte forma: inicialmente, são abordados conceitos sobre a Propriedade Intelectual – PI, Indicação Geográfica, suas relações, diferentes possibilidades e características de uma IG e, ainda, identifica as associações de artesanato pesquisadas. Na segunda parte, discorre-se acerca da metodologia utilizada na pesquisa. A terceira parte, é o resultado das pesquisas com o perfil das associadas, seu trabalho e nível de satisfação com as associações. A quarta parte, são as considerações, seguidas das referências.

As associações pesquisadas foram selecionadas a partir das informações fornecidas na base de dados do INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial do Brasil, através do *site* do referido instituto, dos relatórios e periódicos lá disponíveis. Entre as sete associações de artesanato com Indicação Geográfica existentes, foram escolhidas três associações de rendas e bordados, a ASDEREN - Renda Irlandesa em Divina Pastora - SE, a CONARRENDA - Renda Renascença em São João do Tigre – PB e a INBORDAL - Bordado Filé em Maceió – AL.

A pesquisa pode ser considerada exploratória, pois foi realizado o reconhecimento do objeto de estudo. Foi quantitativa com levantamentos e relações entre variáveis, com alguns elementos de qualitativa. Este estudo teve o objetivo de caracterizar o perfil das Associações de Rendas Irlandesa e Renascença e do Bordado Filé e relacionar o nível de alinhamento estratégico destas com seus mercados. A pesquisa teve uma amostragem não probabilística intencional e utilizou a metodologia denominada bola de neve.

O trabalho consistiu em pesquisa bibliográfica seguido de pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica descritiva e documental foi realizada nas bases de periódicos *on-line* disponíveis pela Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior – CAPES, em

conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos científicos, livros e artigos de periódicos científicos

O Instrumento de coleta de dados foi através de entrevistas com questionários semiestruturados aplicados na amostra definida. Após a aplicação dos questionários, durante os meses de maio e junho de 2019, na sequência, foi feita a tabulação e análise dos dados.

3 Resultados da pesquisa

3.1 Perfil das entrevistadas

A pesquisa foi desenvolvida com 125 pessoas, todas do sexo feminino, pertencentes às Associações de Rendas e Bordados com IG - Indicação Geográfica no Nordeste, nas cidades de Divina pastora – SE, São João do Tigre – PB e Maceió - AL. Não foi identificado nenhum associado do sexo masculino em nenhuma das associações pesquisadas. É possível que o trabalho de renda e bordado nas regiões também seja desenvolvido por homens, mas estes não buscaram se associar nas instituições pesquisadas, nem foram encontrados durante a pesquisa de campo.

Em relação à idade das associadas, percebe-se um maior número de mulheres entre 36 e 55 anos, conforme a Tabela 04, mostrando um menor interesse do público jovem no ofício de rendeira e bordadeira.

Tabela 4 - Idade das Associadas

ASSOCIAÇÃO/ IDADE DAS ASSOCIADAS	16 - 20	21 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	41 - 45	46 - 50	51 - 55	56 - 60	61 - 65	66 - 70	71 - 75	76 - 80	TOTA L
ASDEREN	2	4	2	3	8	9	6	2	4	3	4	2	1	50
CONARRENDA	0	4	5	8	8	2	8	8	1	4	2	0	0	50
INBORDAL	0	3	1	3	5	2	3	6	1	0	1	0	0	25
TOTAL	2	11	8	14	21	13	17	16	6	7	7	2	1	125

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Em relação ao nível de escolaridade, ocorre um número maior de associadas com Ensino Fundamental Incompleto e Ensino Médio Completo, com faixa etária bem diversa, variando de 19 a 78 anos, caracterizando uma diversidade na amostra.

Sobre o estado civil das pesquisadas 68% são casadas, 20% são solteiras, 6,4% divorciadas e 5,6 % são viúvas.

Tabela 5 - Nível de escolaridade da população pesquisada

	CONARRENDA		INBORDAL		ASDEREN		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Ensino Fundamental Completo	1	2,00%	2	8,00%	3	6,00%	6	4,80%
Ensino Fundamental Incompleto	21	42,00%	5	20,00%	13	26,00%	39	31,20%
Ensino Médio Completo	12	24,00%	11	44,00%	13	26,00%	36	28,80%
Ensino Médio Incompleto	1	2,00%	2	8,00%	9	18,00%	12	9,60%
Não estudou	10	20,00%	-	-	2	4,00%	12	9,60%
Nível Superior Completo	3	6,00%	2	8,00%	6	12,00%	11	8,80%
Nível Superior Incompleto	-	-	3	12,00%	3	6,00%	6	4,80%
Pós-Graduação	2	4,00%	-	-	1	2,00%	3	2,40%
Total Geral	50	100,00%	25	100,00%	50	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Observa-se que a renda familiar das associadas da INBORDAL é bem maior que a renda familiar das associadas da CONARRENDA E ASDEREN, atingindo quase que o dobro do valor recebido.

Tabela 6 - Renda familiar da população pesquisada

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Até 1 salário mínimo	34	68,00%	43	86,00%	8	32,00%	85	68,00%
De 2 a 4 salários mínimos	15	30,00%	6	12,00%	16	64,00%	37	29,60%
De 5 a 7 salários mínimos	1	2,00%	-	-	-	-	1	0,80%
De 8 a 10 salários mínimos	-	-	-	-	1	4,00%	1	0,80%
Não respondeu	-	-	1	2,00%	0	0,00%	1	0,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Cerca de 47,20% das associadas são provedoras da casa; sendo assim, a maioria e outras 20,80% contribuem com 50%.

Tabela 7 - Se é provedor da casa

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
0,5	11	22,00%	13	26,00%	2	8,00%	26	20,80%
Não	17	34,00%	11	22,00%	12	48,00%	40	32,00%
Sim	22	44,00%	26	52,00%	11	44,00%	59	47,20%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

3.2 Trabalho, Produção e Qualidade

A INBORDAL é a associação com maior número de associadas que dependem exclusivamente do trabalho artesanal do bordado, sendo este a principal atividade econômica, ficando a CONARRENDA em segundo lugar e as ASDEREN em terceiro.

Tabela 8 - A renda/bordado como principal atividade econômica das associadas

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	25	50,00%	11	22,00%	3	12,00%	39	31,20%
Sim	25	50,00%	39	78,00%	22	88,00%	86	68,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Das associadas, 73,60% se dedicam, praticamente todos os dias da semana, à produção das rendas e bordado, com predominância das associadas da INBORDAL, seguida da CONARRENDA e da ASDEREN em terceiro lugar, em número de dias da semana dedicados à produção, como mostra a Tabela 9. As associadas que têm outra fonte de rendimentos ou desenvolvem outras atividades econômicas são aposentadas e professoras com 16,67% cada, funcionárias públicas com 11,11% e cuidadoras de idosos e diarista com 8,33% cada.

Tabela 9 - Quantos dias por semana as associadas se dedicam à produção de renda/bordado

Nº de dias	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	2	4,00%	-	-	-	-	2	1,60%
2	5	10,00%	5	10,00%	0	0,00%	10	8,00%
3	2	4,00%	1	2,00%	2	8,00%	5	4,00%
4	2	4,00%	1	2,00%	-	-	3	2,40%
5	11	22,00%	2	4,00%	-	-	13	10,40%
7	28	56,00%	41	82,00%	23	92,00%	92	73,60%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Em relação ao número de horas diárias dedicadas à produção das rendas e bordado, há uma predominância entre seis e oito horas de dedicação diária, como é mostrado na Tabela 10.

Tabela 10 - Quantas horas por dia as associadas se dedicam à produção de renda/bordado

Horas	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	1	2,00%	-	-	-	-	1	0,81%
2	3	6,00%	6	12,00%	-	-	9	7,26%
3	10	20,00%	4	8,00%	1	4,00%	15	12,10%
4	8	16,00%	6	12,00%	4	16,00%	18	14,52%
5	5	10,00%	1	2,00%	1	4,00%	7	5,75%
6	18	36,00%	6	12,00%	3	12,00%	26	20,97%
7	2	4,00%	-	-	-	-	2	1,61%
8	3	6,00%	27	54,40%	13	52,00%	43	34,68%
10	-	-	-	-	3	12,00%	3	2,42%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	124	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 11 - Qual o destino das peças produzidas pelas associadas

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Venda em casa para o consumidor	1	2,00%	2	4,00%	-	-	3	2,40%
Venda em casa para o consumidor Venda para a associação	12	24,00%	9	18,00%	-	-	21	16,80%
Venda em casa para o consumidor Venda para a associação, Venda para outros	6	12,00%	1	2,00%	1	4,00%	8	6,40%
Venda em casa para o consumidor Venda para outros	2	4,00%	1	2,00%	-	-	3	2,40%
Venda para a associação	25	50,00%	26	52,00%	20	80,00%	71	56,80%
Venda para a associação, Venda para outras associações	4	8,00%	4	8,00%	4	16,00%	12	9,60%
Venda para outros.	-	-	7	14,00%	-	-	7	5,60%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

A grande maioria das associadas vendem suas peças através das associações, sejam estas com o selo de IG – Indicação Geográfica ou sem o selo, conforme demonstrado na Tabela 11.

3.3 Rendeira e Bordadeiras certificadas de Portugal

Em Portugal, identificou-se que 100% das rendeiras são do sexo feminino. Nos três conselhos pesquisados não foram encontrados artesãos do sexo masculino. Seguiu-se para a seleção de entrevistas a lista de rendeiras e bordadeiras certificadas fornecidas pelas Câmaras Municipais e Instituições Certificadoras oficiais. No total, foram entrevistadas dez artesãs de um total de dezoito mulheres com certificação. Desse total, duas não quiseram dar entrevista, uma não foi localizada e cinco estavam afastadas por problemas de saúde.

No Conselho de Manguande, na região mais central do país, foram pesquisadas as rendeiras do Bordado Tibaldinho, com quatro artesãs certificadas. Duas rendeiras concordaram em dar entrevista, uma não concordou e uma estava afastada por problemas de saúde. Na cidade de Peniche, mais ao sul de Portugal, foi pesquisada as rendeiras de Bilro e encontrou-se cinco artesãs certificadas, sendo que três concordaram em dar entrevista e duas estavam afastadas por problemas de saúde. O último bordado a ser pesquisado foi o Lenço dos Namorados do Minho, região mais ao norte do país, apresentando um maior número de bordadeiras certificadas. Foram entrevistadas cinco artesãs de um total de nove, sendo que uma não foi localizada, uma não quis dar entrevistas e duas estavam afastadas por problemas de saúde.

O sistema de certificação e registro de Produtos Artesanais em Portugal é diferente do Brasil. As artesãs não estão organizadas em associações, são independentes. Todas as pesquisadas são certificadas, 80% é casada e 20% é viúva. Sobre a escolaridade, 90% tem o ensino médio completo e 10% tem Pós-graduação. Cerca de 30% é provedora da casa e 70% contribuem com 50% das despesas.

Das pesquisadas 100% sabem o que é e como funciona a certificação e realizaram treinamento sobre o assunto e sobre os pontos. Quem ministrou todos os treinamentos e fez a certificação foi a Adere, junto com as Câmaras municipais de cada cidade. A Adere é a Instituição oficial de certificação de artesanato do Governo Português, acreditada pelo Instituto Português de Acreditação – IPAC (PORTUGAL, 2015).

Em alusão à renda ser a principal atividade econômica das pesquisadas, 60% respondeu a renda ou o bordado é a principal e 40% respondeu que não é, mas 100% das entrevistadas desenvolvem atividades econômicas. Sobre as outras atividades econômicas desenvolvidas pelas artesãs estão: 20% é artesã e dona de loja de artesanato, 10% é dona de loja de decoração, 20% é funcionária de loja de artesanato, 10% é professora, 10% é professora de renda, 10% faz artesanato em geral, 10% é aposentada e 10% é dona de loja de artesanato e professora de renda.

Acerca do número de dias trabalhados na semana, 50% trabalham sete dias, 20% trabalham cinco dias, outros 20% trabalham três dias e 10% trabalham dois dias na semana. 50

das entrevistadas também trabalham 08 horas por dia com atividades de renda e bordado, 30% trabalham 2 horas por dia, 10% trabalham 3 horas e outros 10%, 4 horas por dia.

Sobre o local de venda das peças certificadas, 50% responderam que entregam em loja especializada em Rendas e Bordados, 20% vendem seus produtos diretamente em casa para clientes e também entregam em lojas especializadas e 30% vendem em casa e também na loja da Prefeitura.

Em relação ao aumento nas vendas, após a certificação do artesanato, 60% não percebeu aumento nas vendas e 40% percebeu aumento nas vendas. Ao serem questionadas sobre mudanças no produto após a certificação, 40% não identificou mudança e 60% identificou aumento da qualidade do produto com a certificação.

4 Considerações

Com a pesquisa de campo, identificou-se que, no Brasil, há poucas mulheres com menos de 25 anos interessadas em aprender e trabalhar com rendas e bordados. Há uma predominância no nível de escolaridade em ensino fundamental, seguido de ensino médio. Em Portugal, a idade das rendeiras e bordadeiras está entre 48 e 72 anos, da mesma forma que no Brasil, sem interesse das mulheres mais jovens no ofício, mas a escolaridade é maior, sendo a maioria com escolaridade do ensino médio completo.

A renda familiar em torno de um salário mínimo é presente em 68%, mas as associadas da INBORDAL recebem o dobro, cerca de dois salários mínimos. A maioria, 47,20%, é provedora da casa, porém na CONARRENDA esse percentual aumenta para 52%. Entre as rendeiras e bordadeiras, tanto no Brasil como em Portugal, a maioria é casada e a maioria também é provedora da casa ou divide despesas. Considera-se também significativo o percentual de associadas que contribuem com 50% na renda familiar, demonstrando a importância da atividade na economia doméstica, tanto para o Brasil como para Portugal.

A renda e o bordado são as principais atividades econômicas das associadas, nos dois países, e o número de dias e horas que elas dedicam à produção, demonstra isso. No Brasil, a dependência das associadas, em relação à associação, é grande, apesar da possibilidade de a venda ocorrer nas residências ou em outros pontos, percebe-se que há uma predominância nas vendas através das associações. Em Portugal, não se identificaram associações de artesanato de rendas e bordados com certificação e as artesãs vendem seus produtos em lojas especializadas, em casa ou, quando existem, nas lojas das prefeituras.

Pertencer a uma associação faz muita diferença na vida das artesãs brasileiras. Atrair o olhar do consumidor nem sempre é fácil e a Indicação Geográfica começa a fazer isso. Atrela-

se ainda a possibilidade das associações ofertarem pontos de venda e produtos com qualidade, proporcionaram valor agregado, que se reflete em venda e rentabilidade, questões essenciais para a mulher artesã do Nordeste do Brasil.

Referências

BELLETTI, G., MARESCOTTI, A., & TOUZARD, J. M. (2017). Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. **World Development**, 98, 45-57.

BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Portal da Legislação**, Brasília, 14 mai. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>.

CIDADES, I. B. G. E. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br> v. 28, 2017.

IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Renda Irlandesa** – Divina Pastora. Instrução Técnica do Processo de Registro do Modo de Fazer da Renda Irlandesa tendo como referência o Ofício das Rendeiras de Divina Pastora/SE, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=3227>.

INPI, Instituto Nacional da Propriedade; SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Guia de implementação de indicações geográficas para produtos: orientações para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI**. Brasília, 2011, 86p.

INPI, Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/estatisticas>.

JUNGSMANN, D. de M.; BONETTI, E. A. A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual. **Guia para o empresário**. Brasília: IEL, 2010.

PORTUGAL, Decreto Lei n.º 121/2015 de 30 de junho de 2015. Cria o Sistema Nacional de Qualificação e Certificação de Produções Artesanais Tradicionais. **Diário da República Eletrônico**, Lisboa, 30 de jun. 2015. Disponível em https://dre.pt/home/-/dre/67641480/details/maximized?p_auth=s819Jvet.

RUSSO, S. L., SILVA, G. F. D., SERAFINI, M. R., PAIXÃO, A. E., NUNES, M. A. S. N., & SILVA, S. C. **Capacitação em inovação tecnológica para empresários**. São Cristóvão, p. 77-117, 2011.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Indicações Geográficas Brasileiras**. Coordenação Hulda Oliveira Giesbrecht. Brasília: SEBRAE, INPI, 2014. 264 p.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **A IG ajuda a manter os padrões de qualidade do produto e impede que outras pessoas utilizem indevidamente o nome da região em produtos ou serviços**. PB 04/10/2013. Disponível em <http://www.pb.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PB/renda-renascenca-recebe-selo-de->

identificacao-geografica-do-cariri-
paraibano,8cbacd8ca8906410VgnVCM1000003b74010aRCRD.

VALENTE, M. E. R. et al. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, v. 42, n. 3, p. 551-558, 2012.

6 PERFIL DAS ARTESÃS E A RELAÇÃO DE SATISFAÇÃO COM AS ASSOCIAÇÕES DE ARTESANATO COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE RENDAS E BORDADOS NO NORDESTE DO BRASIL

Ilka Maria Escalante Bianchini¹; Suzana Leitão Russo²; Norberto Nuno Pinto dos Santos³

¹Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil
Instituto Federal de Sergipe - IFS
ibianchini@yahoo.com.br

²Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil
Suzana.ufs@hotmail.com

³Programa de Doutorado e Mestrado em Turismo - DPGEOTUR
Universidade de Coimbra, Colégio de São Jerónimo
Coimbra - Portugal
norgeo@ci.uc.pt

Resumo

As Associações de produção de artesanato no Brasil, que têm obtido o selo de Indicação Geográfica – IG, agregam muitos artesãos que retiram o sustento das suas famílias quase que exclusivamente com a venda dos produtos. Este artigo apresenta resultados de uma pesquisa sobre o perfil das Associações de Rendas e Bordados com Indicação Geográfica – IG no Nordeste do Brasil e suas associadas. Indicações Geográficas – IG são chancelas que valorizam e protegem produtos tradicionais vinculados a uma determinada localidade. São concedidas pelo Instituto da Propriedade Industrial do Brasil – INPI e proporcionam desenvolvimento para a região. Este estudo buscou caracterizar o perfil das associadas das associações com o selo de Indicação Geográfica de rendas Irlandesa, Renascença e do bordado Filé, no Nordeste do Brasil e também verificar o nível de satisfação das associadas com as associações. O trabalho foi iniciado com pesquisa bibliográfica, que precedeu a pesquisa de campo. Na pesquisa bibliográfica foram utilizados artigos, teses, dissertações disponíveis nas bases *on-line* dos periódicos da Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior - CAPES. A pesquisa de campo foi realizada nos meses de maio e junho de 2019 e a coleta de dados ocorreu através de questionário semiestruturado.

Palavras-chaves: Indicação Geográfica; Artesanato; Geração de Renda; Pesquisa de Satisfação.

Abstract

The handicraft production associations in Brazil, which has obtained the geographical indication seal, aggregate many artisans who derive their families' livelihoods almost exclusively through the sale of the products. This paper presents results of a survey on the profile of Geographical Indication Lace and Embroidery Associations in northeastern Brazil and their associates. Geographical Indications are seals that value and protect traditional products linked to a particular locality. They are granted by the Industrial Property Institute of Brazil - INPI and provide development for the region. This study aimed to characterize the profile of the members of the associations with the Irish Lace, Renaissance and Filé embroidery Geographical Indication seal in northeastern Brazil and also to verify the level of satisfaction of the members associated with the associations. The work started with bibliographic research

that preceded the field research. In the bibliographic research were used articles, theses, dissertations available in the online bases of the CAPES periodics. The field research was conducted in May and June 2019 and the data collection was through a semi-structured questionnaire.

Key world: Geographical Indication; Crafts; Income Generation; Satisfaction Survey.

1 Introdução

1.1 Indicação Geográfica – IG, Propriedade Intelectual – PI e Artesanato

Propriedade Intelectual - PI é um ramo do direito que cuida das produções do intelecto humano, ou seja, os direitos ligados ao resultado da atividade intelectual nos campos literários, artísticos, científicos e industriais (WIPO, 2016). No Brasil, a lei que regula direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial – PI, também ficou conhecida como a Lei da Propriedade Industrial - LPI e foi promulgada em 14 de maio de 1996 é a Lei nº 9.279. Esta Lei instituiu a Indicação Geográfica de Procedência e a Denominação de Origem (BRASIL, 1996; PINTO e PAIXÃO, 2018).

Uma Indicação Geográfica - IG é um selo de reconhecimento da importância de um produto, instituindo que este é originário de uma determinada área geográfica, avalizando assim sua origem e legado a ele relacionado, como qualidades, reputação, história. Cerdan (2014) coloca que as IG podem ser utilizadas por uma multiplicidade de artigos, como produtos agrícolas, artesanatos ou qualquer outro que almeje destacar qualidades específicas, que podem ser encontradas no local de origem do produto, como habilidades manufatureiras peculiares e tradicionais.

De acordo com Valente, Perez e Fernandes (2013), uma Indicação Geográfica - IG permite mobilizar e valorizar a localidade onde se desenvolvem produtos e serviços com qualidades diferenciadas, e favorecem o desenvolvimento regional se usadas estrategicamente. Os autores Pinto e Paixão (2018) abordam que o reconhecimento de uma IG favorece não somente os detentores do registro, mas também evita que o nome geográfico se torne de uso comum, garantindo maior segurança aos envolvidos nas relações de consumo. A obtenção de uma Indicação Geográfica ainda agrega valor ao produto, aumentando a confiança do consumidor e impulsionando a economia local como um todo, pelo comércio, turismo, maior visibilidade (GALINDO e DOS SANTOS, 2018).

Como esclarece Russo et al. (2011), a classificação em Indicação de Procedência - IP ou Denominação de Origem - DO está relacionada com a forma de produção ou características do meio geográfico, sendo que a Indicação de Procedência - IP está relacionada com o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela

prestação de dado serviço e a Denominação de Origem - DO que está relacionada com produto ou serviço, cujas qualidades ou características se devem exclusivamente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

O Programa do Artesanato Brasileiro define Artesanato como toda a produção manual com valor simbólico e cultural, que resulta da transformação de matérias-primas, realizada por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural, podendo utilizar para isso o auxílio limitado de máquinas e ferramentas (PAB, 2012).

Uma Indicação Geográfica beneficia produtos, produtores, o meio ambiente e a região na qual está inserida, proporcionando, além da valorização do produto, a geração de trabalho e rendimentos. O artesanato com IG é um ótimo exemplo dessa valorização do trabalho e do produto, como corroboram Cerdan (2014), Garcia et al. (2018), Kakuta et al (2006), Fabris et al. (2012), Nascimento et al. (2012), Locatelli (2008) e Maiorki e Dallabrida (2015).

1.2 Associações de Artesanatos de rendas e bordados com Indicação Geográfica – IG pesquisadas

As Associações de Artesanatos pesquisadas foram: Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora - ASDEREN - SE Renda de agulha em Lacê - Indicação de Procedência - IP; Conselho Associação das Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas à Renda Renascença - CONARENDA. Cariri Paraibano - PB Renda renascença - Indicação de Procedência - IP; e Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba - INBORDAL, Região das Lagoas Mundaú-Manguaba - AL Bordado Filé - Indicação de Procedência - IP.

A Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora – ASDEREN, no município de Divina Pastora, recebeu o selo de Indicação Geográfica na modalidade de Indicação de Procedência do Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, em 2013 (SEBRAE, 2014). O INPI concedeu o registro de IG ao Conselho das Associações, Cooperativas, Empresas e Entidades vinculadas a Renda Renascença do Cariri Paraibano – CONARENDA, em 24 de setembro de 2013, na modalidade de Indicação de procedência - IP (SEBRAE, 2013). O registro de Indicação Geográfica, na modalidade Indicação de Procedência - IP, foi concedido pelo INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, o para o bordado em nome do Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba (IPHAN, 2014).

Este artigo está organizado da seguinte forma: inicialmente, são abordados conceitos sobre a Propriedade Intelectual - PI, Indicação Geográfica, suas relações, diferentes

possibilidades e características de uma IG. Na segunda parte, discorre-se acerca da metodologia utilizada na pesquisa. A terceira parte é o resultado das pesquisas com o perfil das associações, das associadas, suas percepções sobre Indicação Geográfica, qualidade e nível de satisfação com as associações. A quarta parte são as considerações, seguida das referências.

1. Metodologia

Entre as sete associações de artesanato com Indicação Geográfica, existentes na base de dados do Instituto Nacional da Propriedade Industrial do Brasil - INPI, foram escolhidas três associações de rendas e bordados, a ASDEREN - Renda Irlandesa em Divina Pastora - SE, a CONARRENDA - Renda Renascença em São João do Tigre – PB e a INBORDAL - Bordado Filé em Maceió – AL (INPI, 2011).

Este estudo teve o objetivo de caracterizar o perfil das Associações de Rendas Irlandesa e Renascença e do Bordado Filé, identificar o nível de satisfação das associadas e relacionar o nível de alinhamento estratégico delas com seus mercados. A pesquisa teve uma amostragem não probabilística intencional e utilizou a metodologia denominada bola de neve. A pesquisa também pode ser considerada exploratória, pois foi realizado o reconhecimento do objeto de estudo. Foi quantitativa com levantamentos e relações entre variáveis, com alguns elementos de qualitativa.

A pesquisa bibliográfica descritiva e documental foi realizada nas bases de periódicos *on-line* disponíveis pela Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior – CAPES, em conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos científicos, livros e artigos de periódicos científicos. Na sequência, e em paralelo, foi realizada a pesquisa de campo.

O Instrumento de coleta de dados foi através de entrevistas com questionários semiestruturados aplicados na amostra definida. O questionário foi elaborado em três blocos, sendo o primeiro, o perfil socioeconômico; o segundo bloco sobre produção e qualidade do trabalho e conhecimentos de Indicação Geográfica; no terceiro bloco foi verificado o nível de satisfação utilizando uma escala de 1 a 5, onde um é totalmente insatisfeito e 5 totalmente satisfeito.

2. Resultados da pesquisa

3.1 Perfil das entrevistadas

Foram entrevistadas cento e vinte e cinco pessoas, todas do sexo feminino, pertencentes às Associações de Rendas e Bordados com IG no Nordeste, nas cidades de Divina Pastora – SE, São João do Tigre – PB e Maceió - AL. Não foi identificado nenhum associado do sexo masculino, em nenhuma das Associações pesquisadas.

Em relação à idade das associadas, verifica-se um maior número de mulheres entre 36 e 55 anos, mostrando um menor interesse do público jovem no ofício de rendeira e bordadeira.

Tabela 12 - Idade das Associadas

ASSOCIAÇÃO/ IDADE DAS ASSOCIADAS	16 - 20	21 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	41 - 45	46 - 50	51 - 55	56 - 60	61 - 65	66 - 70	71 - 75	76 - 80	TOTA L
ASDEREN	2	4	2	3	8	9	6	2	4	3	4	2	1	50
CONARRENDA	0	4	5	8	8	2	8	8	1	4	2	0	0	50
INBORDAL	0	3	1	3	5	2	3	6	1	0	1	0	0	25
TOTAL	2	11	8	14	21	13	17	16	6	7	7	2	1	125

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Em relação ao nível de escolaridade, ocorre o maior número de associadas com ensino fundamental incompleto, e ensino médio completo, com faixa etária bem diversa, variando de 19 a 78 anos, caracterizando uma diversidade na amostra.

Tabela 13 – Nível de Escolaridade das Associadas

	CONARRENDA		INBORDAL		ASDEREN		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Ensino Fundamental Completo	1	2,00%	2	8,00%	3	6,00%	6	4,80%
Ensino Fundamental Incompleto	21	42,00%	5	20,00%	13	26,00%	39	31,20%
Ensino Médio Completo	12	24,00%	11	44,00%	13	26,00%	36	28,80%
Ensino Médio Incompleto	1	2,00%	2	8,00%	9	18,00%	12	9,60%
Não estudou	10	20,00%	-	-	2	4,00%	12	9,60%
Nível Superior Completo	3	6,00%	2	8,00%	6	12,00%	11	8,80%
Nível Superior Incompleto	-	-	3	12,00%	3	6,00%	6	4,80%
Pós-Graduação	2	4,00%	-	-	1	2,00%	3	2,40%
Total Geral	50	100,00%	25	100,00%	50	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Observa-se que a renda familiar das associadas da INBORDAL é bem maior que a renda familiar das associadas da CONARRENDA e ASDEREN, atingindo quase que o dobro do valor recebido.

Tabela 14 - Renda familiar da população pesquisada

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Até 1 salário mínimo	34	68,00%	43	86,00%	8	32,00%	85	68,00%
De 2 a 4 salários mínimos	15	30,00%	6	12,00%	16	64,00%	37	29,60%
De 5 a 7 salários mínimos	1	2,00%	-	-	-	-	1	0,80%
De 8 a 10 salários mínimos	-	-	-	-	1	4,00%	1	0,80%
Não respondeu	-	-	1	2,00%	0	0,00%	1	0,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

3.2 Trabalho, Produção e Qualidade

As associadas INBORDAL também conseguem identificar com mais clareza o que é uma IG em relação às associadas da ASDEREN e CONARRENDA, como demonstrado na tabela 15.

Tabela 15 - Sabe o que é Indicação Geográfica

Sabe o que é Indicação Geográfica								
	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	26	52,00%	29	59,18%	8	32,00%	63	50,81%
Sim	24	48,00%	20	40,82%	17	68,00%	61	49,19%
Total Geral	50	100,00%	49	100,00%	25	100,00%	124	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Em relação ao treinamento recebido pelas associadas sobre os pontos de renda ou bordado que pertencem à Indicação Geográfica, a INBORDAL é a associação que mais promove treinamento entre suas associadas.

Tabela 16 - Recebeu treinamento nos pontos da renda ou bordado com IG

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	31	62,00%	44	88,00%	8	32,00%	83	66,40%
Sim	19	38,00%	6	12,00%	17	68,00%	42	33,60%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Sobre quem ministrou o treinamento dos pontos das rendas e bordado reconhecidos pela Indicação Geográfica para as associadas, o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas aparece em todas as associações, com predominância de 92% na Associação INBORDAL, 60% nas ASDEREN e 16% na CONARRENDA (Dados da pesquisa de campo, 2019).

Após a implantação do selo de IG, as associadas relatam aumento nas vendas, principalmente na INBORDAL, seguidas da ASDEREN.

Tabela 17 - Aumento de venda das rendas/bordado com o selo de Indicação Geográfica?

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	30	60,00%	44	88,00%	3	12,00%	77	61,60%
Sim	20	40,00%	6	12,00%	22	88,00%	48	38,40%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Sobre melhorias na qualidade do produto após a implantação do selo de Indicação Geográfica, a percepção maior foi na INBORDAL, seguida da ASDEREN e CONARRENDA, e perceberam mudanças no aumento no valor do produto, como pode ser observado nas Tabelas 18 e 19.

Tabela 18 - Houve alguma mudança na produção após a Indicação Geográfica?

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	26	52,00%	47	94,00%	1	4,00%	74	59,20%
Sim	24	48,00%	3	6,00%	24	96,00%	51	40,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 19 - Quais mudanças ocorreram após a conquista do Selo de IG

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Melhorou a qualidade	23	95,83%	-	-	23	100,00%	46	97,87%
Aumentou valor	1	4,17%	-	-	-	-	1	2,13%
Total Geral	24	100,00%	-	-	23	100,00%	47	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

A qualidade do acabamento é a razão da recusa da peça, tanto nas associações quanto pelos clientes, como demonstrado nas Tabelas 20 e 21.

Tabela 20 - Teve algum trabalho recusado na associação ou por algum cliente?

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	48	96,00%	47	94,00%	19	76,00%	114	91,20%
Sim	2	4,00%	3	6,00%	6	24,00%	11	8,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 21 - Qual a razão do trabalho ter sido recusado

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Qualidade do acabamento	-	-	3	100,00%	6	100,00%	9	100,00%
Total Geral	0	0,00%	3	100,00%	6	100,00%	9	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

3.3 Satisfação com a Gestão da Associação

A satisfação com a associação foi verificada nas questões C1 a C11. Atesta-se que o percentual de associadas satisfeitas com a associação, no geral, é bem maior do que o percentual de associadas insatisfeitas. Essa relação também é presente nos itens com o atendimento prestado pela gestora, com a verificação dos produtos certificados, com o atendimento do vendedor ao cliente externo, com os procedimentos de comunicação e pagamento, nos serviços prestados pela associação e em ser uma associada. Estão razoavelmente satisfeitas com o tempo de verificação e avaliação para a venda dos produtos e com a venda dos produtos. A insatisfação é significativa em relação à infraestrutura da associação.

Tabela 22 - Satisfação Geral com a associação

C1. Qual a sua satisfação geral com a associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	4	6	25	48	42	125
	%	3,20%	4,80%	20,00%	38,40%	33,60%	100,00%
C2. Qual a sua satisfação com o desempenho da associação na venda dos produtos?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	2	10	42	51	20	125
	%	1,60%	8,00%	33,60%	40,80%	16,00%	100,00%
C3. Qual a sua satisfação com o tempo utilizado em todo o processo da verificação e venda do produto?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	3	6	38	52	26	125
	%	2,40%	4,80%	30,40%	41,60%	20,80%	100,00%
C4. Qual a sua satisfação com a infraestrutura da associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	15	2	19	37	52	125
	%	12,00%	1,60%	15,20%	29,60%	41,60%	100,00%

C5. Qual a sua satisfação com o atendimento prestado pelo gestor da associação?		1	2	3	4	5	Total Geral
	f	1	6	8	55	55	125
	%	0,80%	4,80%	6,40%	44,00%	44,00%	100,00%
C6. Qual a sua satisfação com o gestor da associação na verificação do produto de acordo com as características exigidas pelo selo de IG?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	1	1	9	47	67	125
	%	0,80%	0,80%	7,20%	37,60%	53,60%	100,00%
C7. Qual a sua satisfação com a desenvoltura do gestor (ou vendedor) no atendimento aos compradores que vêm na associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	0	0	9	66	50	125
	%	0,00%	0,00%	7,20%	52,80%	40,00%	100,00%
C8. Qual a sua satisfação com os procedimentos adotados pela associação no geral na comunicação, pagamentos, prazos?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	0	2	18	52	53	125
	%	0,00%	1,60%	14,40%	41,60%	42,40%	100,00%
C9. Qual a sua satisfação com os serviços/produtos como um todo ofertado pela associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	fa	1	3	24	51	46	125
	%	0,80%	2,40%	19,20%	40,80%	36,80%	100,00%
C10. Qual a sua satisfação com o seu produto em relação ao custo/lucro?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	0	3	18	56	48	125
	%	0,00%	2,40%	14,40%	44,80%	38,40%	100,00%
C11. Qual a sua satisfação em ser uma associada?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	0	0	2	37	86	125
	%	0,00%	0,00%	1,60%	29,60%	68,80%	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

3. Considerações

A INBORDAL apresenta um perfil diferenciado das suas associadas com Indicação Geográfica, começando pelo nível de escolaridade mais elevado, tem uma percepção maior sobre a IG, sua importância e representatividade; para isso, a associação promoveu treinamentos sobre o assunto, ministrados principalmente pelo SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas, em parceria com a associação. É a associação que também relata mais aumento nas vendas e melhoria na qualidade dos produtos após a conquista do selo.

Faz-se necessário investir em treinamento, tanto sobre a Indicação Geográfica - IG com o selo, como sobre os pontos de vendas e bordados envolvidos. As estatísticas mostram que quando o selo é implantado e bem trabalhado, há um aumento considerável na renda das associadas, como ocorre na INBORDAL. A qualificação e o aumento do rendimento das associadas permitiu a percepção de que o Selo de Indicação Geográfica foi algo bom para associadas e associação.

As associadas perceberam melhoria na qualidade do produto com o selo, mesmo nas associações que não estão usando selos de Indicação Geográfica nas peças. A melhoria na qualidade é mais perceptível quando o conselho regulador da associação é implantado e funciona. A possibilidade de ter uma peça recusada, despertou, entre as associadas, a percepção de que a falta de qualidade deprecia a rentabilidade e impacta também na credibilidade do trabalho. A baixa rentabilidade leva as associadas a procurarem outras atividades fora da associação, e, conseqüentemente, enfraquece a capacidade produtiva total da mesma.

Sobre a satisfação, verifica-se que as associadas estão satisfeitas com as associações e também em ser uma associada. Há necessidade de melhoria nas questões envolvendo a venda dos produtos, pois a sobrevivência das associadas está muito ligada a esse item. Outra questão a ser considerada é a oferta maior de produtos e serviços para as associadas, mostrando que esperam mais das associações, além de congrega mulheres rendeiras e bordadeiras para a venda de produtos.

Observa-se que há espaço para mais prestação de serviços dentro das associações pesquisadas. A pesquisa reflete isso: as mulheres gostam das associações e de serem associadas, porém querem mais do que apenas vender seus produtos. Há uma expectativa relacionada com cultura, com compras coletivas, com outros ganhos materiais, com projeção social, com empoderamento.

A INBORDAL é exemplo de implantação, conquista e manutenção do selo de indicação Geográfica e a única, entre as pesquisadas, que segue obedecendo todos os critérios do selo de IG, como também está efetivamente utilizando o selo físico de certificação em suas peças. A ASDEREN e a CONARRENDA estão buscando readequação ou adequação às necessidades e exigências da Indicação Geográfica, seguem sem usar o selo em suas peças, mas têm investido esforço humano para se adequarem às normas da IG.

Referências

BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Portal da Legislação**, Brasília, 14 mai. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>.

CERDAN, C. M. T. et al. Indicações Geográficas de produtos agropecuários: Importância histórica e atual: Uma breve história sobre os sinais distintivos e as Indicações Geográficas (IG). In: PIMENTEL, Luiz Otávio et al. (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo III Indicação Geográfica**. 4ª ed. ed. Florianópolis: FUNJAB, 2014. cap. 1, p. 32-58. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos->

publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf>.

DO ARTESANATO BRASILEIRO, Programa. Base conceitual do artesanato Brasileiro. **Brasília: PAB, 2018**. Disponível em: http://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34932949/do1-2018-08-01-portaria-n-1-007-sei-de-11-de-junho-de-2018-34932930.

FABRIS, J.; MACHADO, G. J. C.; GOMES, I. M. de A. Evolução da proteção dos produtos tradicionais. **Revista GEINTEC - Gestão, Inovação e Tecnologias**, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 387-395, out. 2012. ISSN 2237-0722. Disponível em: <<http://www.revistageintec.net/index.php/revista/article/view/72/137>>. doi: <https://doi.org/10.7198/geintec.v2i4.72>.

GALINDO, Amanda Lins Cavalcanti; DOS SANTOS, Viviani Marques Leite. Desenvolvimento Regional Sustentável: Desafios e Alternativas para Potenciais Obtentores do Selo de Indicação Geográfica. **Revista INGI - Indicação Geográfica e Inovação**, v. 2, n. 3, p. 155-163, 2018.

GARCIA, D. L. et al. Indicação Geográfica e o Desenvolvimento Regional do Baixo São Francisco Sergipano. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v. 2, n. 2, p. 80-94, 2018.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Renda Irlandesa** – Divina Pastora. Instrução Técnica do Processo de Registro do Modo de Fazer da Renda Irlandesa tendo como referência o Ofício das Rendeiras de Divina Pastora/SE, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=3227>.

INPI, Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/estatisticas>.

Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI; SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Guia de implementação de indicações geográficas para produtos: orientações para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI**. Brasília, 2011, 86p.

KAKUTA, S. M. SOUZA, A. L.L. Et. al. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

LOCATELLI, L. **Indicações Geográficas: A proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico**. Curitiba: Juruá Editora. 2008.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A Indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações (Campo Grande)**, 2015. ISSN 1984-042X. doi: <http://dx.doi.org/10.20435/151870122015101>.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista GEINTEC**, São Cristóvão, SE, v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012

PINTO, J. C.; PAIXÃO, A. E. A. Indicação Geográfica: um estudo sobre seus aspectos legais no Brasil. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v. 2, n. 2, p. 71-79, 2018.

RUSSO, S. L., SILVA, G. F. D., SERAFINI, M. R., PAIXÃO, A. E., NUNES, M. A. S. N., & SILVA, S. C. **Capacitação em inovação tecnológica para empresários**. São Cristovão, p. 77-117, 2011.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, INPI - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Indicações Geográficas Brasileiras**. Coordenação Hulda Oliveira Giesbrecht. Brasília: SEBRAE, INPI, 2014. 264 p.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A IG ajuda a manter os padrões de qualidade do produto e impede que outras pessoas utilizem indevidamente o nome da região em produtos ou serviços**. PB 04/10/2013. Disponível em <http://www.pb.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PB/renda-renascenca-recebe-selo-de-identificacao-geografica-do-cariri-paraibano,8cbacd8ca8906410VgnVCM1000003b74010aRCRD>.

WIPO. WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. DL 101 **General course on intellectual property** – session 2, 2016. Disponível em <https://www.wipo.int/portal/en/>

VALENTE, M. E. R.; PEREZ, R. e FERNANDES, L. R. R. de M. V. O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto. **Ciência Rural**. v. 47, p1330-1336. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2012.

7 MODELO DE ESTRATÉGIAS DE GESTÃO

Como definido anteriormente, modelos de gestão são ferramentas que ajudam a mapear e a compreender uma organização, seus atores e processos, objetivando um melhor desempenho nos negócios. Geralmente, têm seu uso e foco direcionados para diferentes áreas funcionais das organizações e se relacionam com os três níveis de decisões e operações das empresas, os níveis estratégico, tácito e operacional (ASSEM, 2010).

Diversos autores, como Assem (2010), Henderson e Venkatraman (1993), Diaz (2011) e Papke-Shields e Malhotra (2001), abordam modelos de gestão nas mais diferentes situações empresariais, diversificando também a classificação do modelo de acordo com as necessidades e aplicabilidade das empresas. O foco do modelo pode ser prático e detalhado na área de gestão ou subdividido em grupos específicos como tomada de decisão gerencial, função administrativa, foco em liderança, desempenhos, processos, serviços, *marketing*, entre outros.

Os modelos de gestão podem ser apresentados de forma menos abstrata e mais comunicativos, ajudando a entender e a resolver problemas e desafios que os gestores enfrentam todos os dias. Nenhum modelo garante eficiência e eficácia total nas suas funções, porém servem como balizadores para as escolhas empresariais (ASSEM,2010; HENDERSON E VENKATRAMAN,1993).

Estratégia está relacionada à guerra, exércitos, mas também à administração e, como discorre Maximiano (2012), está conexo com ambiente, planejamento, prazo, concorrência, ou seja, busca meios para se chegar a um determinado objetivo, observando os ambientes internos e externos da organização.

Para Porter (1986), estratégia consistem em ações que a organização desenvolve e implementa, com intenções ofensivas ou defensivas, visando criar uma situação favorável no ambiente no qual está inserido, para encarar com sucesso as forças concorrentes e, assim, conseguir um retorno maior sobre o investimento. Maximiano (2012) pondera que estratégia vem da necessidade de definir e atingir objetivos em ambiente de concorrência, envolvendo ainda, a tentativa de superar o oponente.

As estratégias de gestão propostas baseiam-se no modelo de gestão Henderson e Venkatraman (1993), e envolvem duas dimensões: ajuste estratégico e integração funcional, sendo que o ajuste estratégico reconhece a necessidade de fazer escolhas que posicionem a empresa em um mercado, e também escolhe a melhor estrutura dos arranjos internos da empresa para conseguir esse posicionamento estratégico de mercado, o qual eles chamam de integração funcional.

De acordo com os autores Henderson e Venkatraman (1993), o desempenho econômico da empresa está diretamente ligado à capacidade de gerenciamento para criar um encaixe estratégico entre a posição de uma organização na arena competitiva do mercado de produtos e o desenho de uma estrutura administrativa apropriada para apoiar a sua execução, que entendemos como a adequação da estrutura de gestão e produção ou serviços da empresa ao mercado.

A adequação do modelo e estratégias propostos está diretamente relacionada com o desenho da estrutura de gestão e de produção da empresa, perpassando pelo processo decisório, comunicação e tempo de resposta para o mercado. O modelo sugerido para as associações é focado na parte operacional, pois é voltado para a otimização e eficácia dos processos e das atividades operacionais, estando relacionado com a execução e aperfeiçoamento dos processos e identificação dos executores. Porém, ajustes estratégicos e gerenciais também são pontuados, pois direcionam e completam a gestão.

É importante ressaltar que as gestoras das associações pesquisadas, e foco desse trabalho, são mulheres sem a formação educacional em gestão e com relativa baixa escolaridade, com cerca de 45,6% do total das entrevistadas com ensino médio incompleto e 9,6 % não estudaram; 28,8% têm o ensino médio completo; 4,80% iniciaram o ensino superior, mas não concluíram os cursos; 8,80% possuem o ensino superior completo e 2,40% tem Pós-Graduação. Instituições parceiras, como o SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, promoveram cursos de gestão na implantação do selo de Indicação Geográfica. As gestoras são, antes de tudo, artesãs e o tempo que elas dedicam à gestão é trabalho voluntário, diminuindo assim o tempo que seria dedicado à fabricação da renda ou bordado, com impacto direto nos ganhos financeiros delas.

Tomou-se como base, para a elaboração das estratégias de gestão para as associações, o Modelo de Henderson e Venkatraman (1993), o qual buscou alinhar a empresa às necessidades do mercado. Outros modelos também foram ponderados, levando em conta os resultados da pesquisa de campo que identificou as características das associações: pouca integração com seus mercados e capacidade operacional sem resposta imediata, mas que, ao mesmo tempo, ofertam um produto diferenciado, de qualidade diferenciada das outras peças do mercado, e facilmente adaptado às necessidades dos clientes.

As associações são organizações com funcionamento aberto, complexo, e interdependente, sendo todas as partes interdependentes e responsáveis pelo conjunto. Essa abordagem sistêmica ajuda a compreender as relações; as variáveis contribuem na construção de um modelo de gestão. Os elementos externos são aqueles não controlados pela organização,

mas que influenciam o seu desempenho e os elementos internos são aqueles que estão dentro da organização e incidem sobre a gestão (KOTLER e ARMSTRONG, 2015; MAXIMIANO, 2012 e VON BERTALANFFY, 2008).

Identificaram-se variáveis internas e externas, tanto nos modelos de gestão pesquisados e utilizados como base para o trabalho, como na pesquisa nas associações que influenciam a gestão. Foram consideradas relevantes as variáveis externas relacionadas às necessidades do mercado, a exemplo de valor agregado e demanda. Em relação às variáveis internas, consideraram-se importantes para o desenvolvimento das recomendações, o conhecimento e habilidade na confecção do artesanato e os custos de produção (KOTLER, 2015).

A partir da compilação e análise dos dados das pesquisas aqui evidenciadas, foram desenvolvidas as estratégias de gestão para aplicação nas associações com Indicação Geográfica. As estratégias se dividem em gerenciais e operacionais. As estratégias gerenciais estão relacionadas com as variáveis externas e os negócios. As estratégias operacionais estão ligadas às variáveis internas e à integração funcional. As duas têm relações entre si, pois uma necessita da outra para funcionar adequadamente.

De acordo com Oliveira (2008), as estratégias de gestão são técnicas estruturadas e interativas para ajudarem a organização no processo decisório e ações de gestão. Podem servir como um roteiro a ser seguido para se alcançar os objetivos idealizados. Oliveira (2008) aponta aspectos positivos e negativos, relacionados com as estratégias de gestão, pontuais em forma de técnicas:

Quadro 7 - Aspectos das estratégias de gestão

Aspectos positivos	Aspectos negativos
Linguagem relativamente simples	A simplicidade pode encobrir a dificuldade de implantação
Melhor definição dos níveis de autonomia	Longo período para implantação por problemas com aceitação por parte dos gestores
Alocação dos recursos sob análise posicional e seletiva	Na análise de alocação de recursos, restringe-se aos aspectos monetários
Aprimoramento do processo decisório	Evidencia-se muito a estrutura de poder
Melhor nível de entendimento sobre qual é a razão de ser do negócio	Uso de rótulos pode limitar a criatividade

Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de Oliveira (2008).

Após a aplicação do teste Qui Quadrado, nos resultados da pesquisa, identificaram-se as questões relevantes para a elaboração do modelo teórico de gestão e as estratégias de gestão propostas para as associações pesquisadas.

Tabela 23 -Significâncias das questões do Bloco 3

BLOCO DE QUESTÕES	VARIÁVEL	QUESTÃO	SIGNIFICÂNCIA
Bloco 3.1 Satisfação Geral - SG	SGC1	C1 - Qual a sua satisfação geral com a associação?	S
	SGC4	C4 - Qual a sua satisfação com a infraestrutura da associação?	S
	SGC11	C11 - Qual a sua satisfação em ser uma associada?	S
Bloco 3.2 Satisfação com as Ações de Gestão - SA	SAC2	C2 - Qual a sua satisfação com o desempenho da associação na venda dos produtos?	S
	SAC7	C7 - Qual a sua satisfação com a desenvoltura do gestor (ou vendedor) no atendimento aos compradores que vêm na associação?	S
	SAC10	C10 - Qual a sua satisfação com o seu produto em relação ao custo/lucro?	NS
Bloco 3.3 Satisfação Mercadológica - SM	SMC3	C3 - Qual a sua satisfação com o tempo utilizado em todo o processo da verificação e venda do produto?	NS
	SMC5	C5 - Qual a sua satisfação com o atendimento prestado pelo gestor da associação?	NS
	SMC6	C6 - Qual a sua satisfação com o gestor da associação, na verificação do produto, de acordo com as características exigidas pelo selo de Indicação Geográfica?	S
	SMC8	C8 - Qual a sua satisfação com os procedimentos adotados pela associação, no geral, na comunicação, pagamentos, prazos?	S
	SMC9	C9 - Qual a sua satisfação com os serviços/produtos, como um todo, ofertados pela associação?	S

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos resultados do SPSS (2019).

As questões SAC10, SMC3 e SMC5 não apresentaram significância para o modelo de gestão, não entrando, portanto, no modelo nem na composição das estratégias de gestão para as associações. As referidas questões abordam elementos como a relação custo/lucro das peças, o tempo que a associação leva para avaliar, vender a peça, receber o pagamento e repassar o dinheiro para as rendeiiras ou bordadeiras; e a qualidade do atendimento do gestor com as associadas.

Apresentando significâncias estão as questões SGC1, SGC4, SGC11, SAC2, SAC7, SMC6, SMC8 e SMC9. Essas questões refletem itens como a satisfação geral com a associação, com a infraestrutura, satisfação em ser uma associada, com o desempenho das vendas da associação, atendimento ao cliente, seleção de peças com qualidade para o selo de Indicação Geográfica, procedimentos internos, produtos e serviços ofertados pela associação para suas associadas. Portanto, o modelo teórico de gestão e as estratégias de gestão para as associações de rendas e bordados, foram elaborados a partir disso

$$SGC1 + SGC4 + SGC11 + SAC2 + SAC7 + SMC6 + SMC8 + SMC9 = MES$$

Figura 11 - Modelo de Estratégias de Gestão para as Associações de Rendas e Bordado com Indicação Geográfica- IG



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Com base no resultado das pesquisas e no modelo de gestão desenvolvido, foram elaboradas as estratégias gerenciais e estratégias operacionais para as associações de rendas e bordados com Indicação Geográfica.

Quadro 8 - Estratégias Gerenciais nos Negócios

Estratégias nos Negócios	
Ações/Estratégias - Variáveis Externas	Observações
Buscar e manter abertos canais de comunicação com instituições relacionadas com moda e <i>design</i> no Brasil e no mundo, para a inserção dos produtos e realização de negócios.	Existem instituições, com e sem fins lucrativos, que podem inserir e divulgar os produtos das associações em mercados nacionais e internacionais, tornar o produto mais conhecido e desejado.
Buscar apoio em instituições de ensino superior, escolas de moda, SEBRAE, para aperfeiçoamento constante e divulgação dos produtos e serviços.	As instituições de apoio e educação podem ofertar suporte gratuito à gestão.
Estimular e promover, com a sociedade civil, a formação de confrarias para apreciação e divulgação do artesanato certificado.	Confrarias são grupos de pessoas, geralmente com tempo livre e disponibilidade financeira, que se associam em torno de interesses ou objetivos comuns, seja o mesmo ofício, a mesma profissão, modo de vida.
Fortalecer a marca da associação, aliando com mensagens de empoderamento das associadas.	Divulgar a marca, associando com os benefícios coletivos, atrai novas associadas e parceiros, além de dar visibilidade ao negócio.
Promover encontros regulares de associadas com a comunidade em geral, para divulgar, informar e sensibilizar para a importância do selo de Indicação Geográfica, para a associação e a comunidade.	O Selo de Indicação Geográfica beneficia a comunidade como um todo. É importante informar e relembrar constantemente as associadas e comunidade, sobre benefícios da IG, objetivando o fortalecimento dos laços da associação com a comunidade.
Manter comunicação constante com outras associações semelhantes para troca de informações e boas práticas.	A comunicação com outras associações permite a troca de experiências, acelera o aprendizado, indicam soluções inéditas para problemas comuns.

Continua

Continuação

Realizar compras coletivas de insumos.	A compra coletiva, na maioria das vezes, permite um preço melhor para o comprador e mais prazo para pagamento. Esses benefícios podem ser repassados para as associadas.
Definir preço médio de venda para peças certificadas.	O preço de uma peça deve ser justo e refletir o valor implícito do selo de Indicação Geográfica. A sustentação do preço em negociações mostra o valor real do produto certificado e o poder da associação para o mercado.
Construir e manter cadastro de clientes	Elaborar e manter ativo um cadastro de clientes com informações relevantes para associação. Promover a associação e os produtos com os clientes através de ações virtuais.
Realizar ações de prospecção de novos clientes.	O produto das associações é único e de grande beleza, mas precisa ser devidamente divulgado para chegar ao público alvo. Participar de feiras e catálogos é um caminho. Porém, ações profissionais são necessárias para ampliar o alcance de divulgação das associações e a prospecção de novos clientes.
Investir em mídias sociais para divulgação e venda de produtos. Manter atualizações diárias. Utilizar mídias diversificadas	Mídias sociais podem ser gerenciadas a partir de aparelhos celulares, de forma simples, fácil e rápida. É uma forma de divulgação rápida e com baixo custo.

Fonte: Elaborado pela autora (2019), adaptado de Assem (2010), Henderson e Venkatraman (1996), Kotler e Armstrong (2015), Maximiano (2012), Oliveira (2008), Porter (1986), Von Bertalanffy (2008).

As estratégias foram divididas em Negócios e Infraestrutura e Processos Organizacionais. As Estratégias para os Negócios têm foco nas ações das associações e seus mercados. As Estratégias para Infraestrutura e Processos Organizacionais são focadas nas ações das associações e sua estrutura e processos internos.

Quadro 9 - Estratégias Gerenciais para Infraestrutura e Processos Organizacionais

Estratégia para Infraestrutura e Processos Organizacionais	
Ações/Estratégias - Variáveis Internas	Observações
Fazer mudanças na diretoria gestora de acordo com a regularidade prevista em estatuto, regulamento ou convenção.	Os cargos de gestão exigem tempo e dedicação, a rotatividade contribui para oxigenação de ideias e não sobrecarrega pessoas.
Ter por escrito as definições de cargos, funções e atividades relativas a cada um.	Cada um deve saber os procedimentos que deve realizar, com clareza, de forma técnica, incluindo as associadas que não atuam na gestão. Muitas ações são da competência da direção, mas a comunidade associada pode e precisa participar, caso contrário a gestão poderá não conseguir realizar todas as ações necessárias e paralelamente as associadas não se sentem donas nem responsáveis pela associação.
Efetuar, divulgar e arquivar registros formais de reuniões, com detalhamento de sugestões e ações deliberadas.	Toda e qualquer reunião deve ter registro por escrito do que ocorreu. O conteúdo deve ser divulgado e arquivado para eventuais consultas.

Continua

Continuação

Estabelecer rotatividade das associadas na participação dos eventos. Definir a participação com antecedência.	Todas as associadas, exceto as que estão em impedimento médico ou legal, podem e devem participar de eventos relacionados com a associação.
Realizar e divulgar demonstrativos financeiros bimestrais ou trimestrais.	Demonstrativos geram maior credibilidade nas ações e incentivam a participação das associadas.
Promover a integração constante de associadas e gestão, para preparar novas gestoras, debater e divulgar e deliberar as ações da associação	Uma associação é um coletivo e as associadas precisam participar efetivamente dos processos, para sentir que pertencem, fiscalizar e apoiar.
Manter <i>on-line</i> uma lista das Associadas, com informações importantes para compradores, como fotos de peças vendidas, especialidade de cada uma.	A divulgação da associação deve estar atrelada à divulgação das associadas e dos trabalhos realizados por elas. Fotos e informações sobre cores e tamanhos precisam estar à disposição dos compradores.
Remunerar a equipe de gestão com diárias para participar de eventos relacionados com a Associação.	Levar em consideração que as gestoras são rendeiras e precisam de remuneração pelo tempo gasto em atividades de gestão.
Fazer eventos com competições entre associadas com premiação em espécie ou bens duráveis.	Competição estimula a participação e dá visibilidade à associação.
Organizar encontros festivos colaborativos uma vez por mês ou a cada dois meses, com compartilhamento de boas ideias, boas práticas, premiações, felicitações e solução de problemas.	Geralmente as associadas não gostam de ir a reuniões para tratar de problemas, mas gostam de reuniões festivas, que podem ser aproveitadas para aproximar as pessoas, divulgar ações da associação e coletar boas ideias e boas práticas.
Realizar oficinas e cursos sobre temas específicos relacionados com a renda/bordado para a qualificação continuada das associadas.	O aperfeiçoamento constante das associadas, além de ser papel da associação, promove a união das associadas. A divulgação dos resultados nas mídias sociais também promove a associação e o produto.
Promover aulas e oficinas sobre a renda/bordado para crianças, jovens e adultos, na região de abrangência do selo e fora dela.	Focando no público que ainda não desenvolveu as habilidades de renda/bordado cria-se mais interesse no assunto e pode trazer novos associados, mas o objetivo principal é divulgar o produto. A grande mídia geralmente apoia ações como essas, o que também proporciona divulgação e visibilidade para o produto.
Estabelecer um calendário de eventos semestral/anual englobando participação em feiras, cursos para as associadas.	O calendário ajuda no planejamento e orçamento das atividades da Associação, bem como na inserção das associadas nos eventos.
Manter atualizados os registros financeiros e fiscais da associação.	Registros fiscais são obrigatórios por lei, mas auxiliam também em decisões atuais e futuras, devendo refletir a realidade.
Realizar cursos e aulas para melhorar a técnica das artesãs, com foco nos pontos definidos no caderno do selo de Indicação Geográfica.	Aula é o momento adequado para mostrar a diferença entre um bom trabalho e outro ruim. Fazer durante as aulas sessões de avaliação “às cegas”, dos produtos, como forma de mostrar as diferenças e erros sem causar desconforto nas autoras.
Qualificar toda a gestão em diferentes aspectos como financeiro, <i>marketing</i> e relações interpessoais, uma vez ao ano.	A gestão é composta por rendeiras, que nem sempre conhecem processos gerenciais e precisam de preparação para os cargos atuais e futuros.

Fonte: Elaborado pela autora (2019), adaptado de Assem (2010), Henderson e Venkatraman (1996), Kotler e Armstrong (2015), Maximiano (2012), Oliveira (2008), Porter (1986), Von Bertalanffy (2008).

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ponderando sobre a dimensão do Brasil e sua abastada cultura, o número de Indicação Geográfica ainda é muito ínfimo. O país possui um grande potencial para o surgimento de novas IG, ainda mais, levando em consideração que os produtos com IG, como diferenciação, tem inserção melhor no mercado. Quando uma localidade investe nas IG, valorizam produtos, tradições, costumes, meio ambiente, saberes, práticas, questões relacionadas a uma identidade local.

Um artesanato reconhecido, com alto valor agregado, que gera rendimentos ao artesão como é o caso de um produto certificado pela Indicação Geográfica, adita respeito e a validação necessários ao desenvolvimento mercadológico do produto artesanal. O selo de IG é um mecanismo que em tempos de mercados globalizados, desemprego e lutas de classe, o artesanato, principalmente o realizado por mulheres, vem ganhando espaço e valorização no mercado.

Os fatores como a proteção do produto e publicidade gerada com a conquista do selo de Indicação Geográfica, a valorização da cultura local, a oportunidade de trabalho, o empoderamento para mulheres e o reconhecimento do trabalho do artesão, são elementos que devem ser considerados como impactos positivos de uma IG. Porém, quando não se consegue o adequado gerenciamento dos recursos envolvidos e disponíveis, observa-se a subutilização do selo, não sendo também alcançados os diversos benefícios advindos de uma IG.

Observando o formato de proteção de um artesanato no Brasil e comparando com Portugal, verifica-se que no Brasil há mais pessoas que podem se beneficiar da certificação, favorecendo a manutenção da tradição e também possibilitando a geração de renda familiar para um número maior de pessoas.

Identificou-se que nem todas as associações conseguem trabalhar dentro das premissas e exigências do selo de Indicação Geográfica. A Associação INBORDAL conseguiu, apesar de um enxugamento no número de associadas, alcançar o nível de alinhamento estratégico ideal com seus mercados. Para se tornar uma associada da INBORDAL hoje, a bordadeira precisa passar por avaliações iniciais e pagar um valor chamado de “Joia”. Relacionado á esses resultados encontramos uma associação com alto nível de prestação de serviços, com várias exigências para com as associadas, no tocante à qualidade do produto e pontualidade na entrega.

As associações ASDEREN e CONARRENDA ainda não se adequaram totalmente às requisições necessárias para a utilização do selo, encontrando-se ainda em fase de reestruturação, no caso da ASDEREN, e estruturação na CONARRENDA. Um dos entraves

encontrados nas duas associações foi a formação e implantação do conselho regulador e a efetiva participação das associadas.

Todas as associações pesquisadas manifestaram, por parte da direção, dificuldades na formação e atuação de novas diretorias, ou seja, no processo sucessório. A INBORDAL, apesar de apresentar um excelente alinhamento estratégico com seu mercado, também apresenta problemas na sucessão das gestões. Uma das soluções sugeridas foi a contínua qualificação das associadas em processos de gestão, estando elas assim prontas para diversos cargos em distintos momentos.

A ASDEREN também passou por um processo de enxugamento, e atualmente segue buscando auxílio financeiro junto a instituições apoiadoras para qualificação das associadas e em diversos aspectos, como estruturação, manutenção da associação e divulgação constante do produto. Da mesma forma, a CONARRENDA, que atua junto às diversas associações que a compõe, busca melhoria constante das condições de produção e comercialização dos produtos. Mas nos dois últimos casos, o selo de IG não está sendo utilizado em todo o seu potencial.

Atesta-se que essa premissa de valorização de produtos, serviços e região, bem como da manutenção ou elevação da qualidade do produto ou serviço com o selo da Indicação Geográfica, ocorre em diferentes níveis nas três associações. Todas foram beneficiadas com a divulgação da conquista do selo. A INBORDAL conseguiu se ajustar mais rapidamente do que as outras e atualmente é eficiente na manutenção econômica da associação e das associadas.

Essa pesquisa responde à questão da pesquisa: **O atual alinhamento estratégico utilizado pelos gestores das associações com Indicação Geográfica das Rendas Irlandesa, Renascença, o bordado Filé é eficiente na manutenção dos aspectos econômicos das comunidades artesãs?**

O alinhamento estratégico da INBORDAL atualmente é eficiente na manutenção dos aspectos econômicos da comunidade. A ASDEREN está em um estágio intermediário na busca do melhor alinhamento estratégico e vem promovendo ações importantes para atingir equilíbrio econômico para a associação. A CONARRENDA ainda enfrenta problemas estruturais e culturais mais severos na busca pela eficiência no alinhamento estratégico.

Outros elementos da tese estão contemplados com a realização da pesquisa como os objetivos específicos. Foi caracterizado o perfil das associações de rendas e bordados e verificou-se que na associação INBORDAL, que utiliza o selo de IG, a qualidade dos produtos melhorou e se mantém, pelo trabalho da associação na qualificação das associadas e na atuação do conselho regulador. Nas outras associações ocorreu uma melhoria na qualidade dos

produtos, mas, sem o conselho regulador atuando, não é possível a verificação e certificação interna dos produtos.

O trabalho conseguiu contemplar também as hipóteses levantadas no início. Em relação à hipótese **HA) Após o selo de IG as associadas mantêm o padrão de qualidade do produto**, percebe-se que na associação INBORDAL o padrão de qualidade foi mantido, nas outras duas associações pesquisadas observaram-se variações no padrão de qualidade.

Sobre a hipótese **HB) As Indicações Geográficas são instrumentos que contribuem para o desenvolvimento das associações pesquisadas**, percebeu-se que após o selo ocorreram movimentos de inchaço e esvaziamento nas associações, sendo que a primeira a se estabilizar foi novamente a INBORDAL, as outras ainda estão em fase de sedimentação do selo e do desenvolvimento.

Acerca da hipótese **HC) As estratégias das associações de rendeiros das Rendas Irlandesa, Renascença, do Bordado Filé refletem as necessidades do mercado**, foi identificado que as associações nem sempre estão alinhadas com seus mercados, fazendo-se necessárias ações internas para atingir e manter esse alinhamento; nesse aspecto, a INBORDAL desenvolveu e implantou um departamento de *marketing* que realiza prospecção e pesquisas de mercado.

Observando a hipótese **HD) O modelo encontrado de alinhamento estratégico para Indicações Geográficas de artesanato contribui nas estratégias de gestão**, identificou-se que as associações nem sempre tem modelos delineados. Mesmo sem conhecimentos teóricos de gestão, as associações utilizaram, substituíram e estão em busca de modelos que melhor se adequam às necessidades e perfil de cada uma. A INBORDAL desenvolveu e implantou um modelo adequado a seu perfil e que vem produzindo bons resultados financeiros. A ASDEREN buscou ajuda em diversas instituições e está delineando e implantando um novo modelo, com foco no desenvolvimento e nas características do negócio. A CONARRENDA segue buscando definir e implantar um modelo adequado às suas necessidades.

As variáveis do alinhamento estratégico das associações de renda e bordados e o nível de alinhamento estratégico com seus mercados, foram identificadas e separadas em variáveis internas e externas, contribuindo na elaboração das recomendações de gestão deste trabalho.

A conquista da IG representou, para as associações, possibilidades de desenvolvimento e geração de rendimentos. Foi bem aproveitada pela associação INBORDAL, que aprendeu com erros no processo de gestão e hoje apresenta boa rentabilidade e inserção no mercado nacional. A CONARRENDA, ainda está absorvendo as benesses do selo, pois apresenta um diferencial em agregar várias associações que ainda estão aprendendo sobre o assunto. A

conquista do selo segue, ainda, sendo repensada pela ASDEREN, que se adapta às mudanças de gestão e mercado, mas mostra sinais claros de aprimoramento na utilização da ferramenta. Isso é a principal influência das Indicações Geográficas das rendas Irlandesa, Renascença e do bordado Filé no desenvolvimento das associações.

Diversas influências do selo de Indicação Geográfica foram percebidas nas associações, como a melhoria da qualidade do produto, a busca por parcerias, a percepção da necessidade de profissionalização da gestão, a necessidade da união e participação efetiva das associadas. Quando a comunidade se ajusta e trabalha em conjunto com um mesmo propósito, a evolução do conjunto é mais rápida e mais perceptível.

Na pesquisa foi identificado que as associadas têm orgulho em pertencer a uma associação que promova não só questões financeiras, mas que também valorize o produto e as associadas como um todo. Há muitas possibilidades e vertentes a serem estudadas, para se obter melhorias e modificações nos processos, para contribuir, além no enfoque acadêmico, mas também empresarial.

6.1 Trabalhos Futuros

Este trabalho iniciou os questionamentos sobre gerar ferramentas e estratégias para contribuir nos processos de gestão de associações com Indicação Geográfica - IG. Como pesquisa futura, sugere-se investigar indicadores de gestão para o bom funcionamento, manutenção e melhoria das organizações com certificação de Indicação Geográfica. Verifica-se também, a necessidade de estudos que investiguem maneiras de estimular as associadas a participarem mais e assumirem cargos de gestão nas associações com indicação Geográfica.

Os estudos sobre o assunto não se esgotam aqui, principalmente no ambiente onde as Indicações Geográficas de artesanato se encontram. Faz-se necessário um estudo mais aprofundado dos impactos que uma Indicação Geográfica efetivamente gera em um ambiente, considerando que não somente os elementos tangíveis, que compõem um produto e podem ser mensurados, serão beneficiados, mas que também existem os elementos intangíveis e estes nem sempre são fáceis de serem mensurados e podem assumir combinações diversas em novos processos de gestão.

Como outro trabalho futuro, tem-se o desenvolvimento de um índice de satisfação no segmento das Indicações Geográficas para identificar fatores adicionais que causem impactos sobre as percepções dos consumidores da cadeia produtiva das rendas e bordados, focando em possibilidade futuras de negócios para a cadeia da Indicação Geográfica de artesanato.

REFERÊNCIAS

- ASSEN, M. V.; BERG, G.; PIETERSMA, P. **Modelos de gestão: os 60 modelos que todo gestor deve conhecer**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- BARBOSA, D. B. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2003.
- BEER, M. et al. Strategic management as organizational learning: Developing fit and alignment through a disciplined process. **Long Range Planning**, v. 38, n. 5, p. 445-465, 2005.
- BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A.; TOUZARD, J-M. Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. **World Development**, 2015.
- BERGERON, F.; RAYMOND, L.; RIVARD, S. Ideal patterns of strategic alignment and business performance. **Information & management**, v. 41, n. 8, p. 1003-1020, 2004.
- BRASIL, Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Portal da Legislação**, Brasília, 14 mai. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>.
- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, Indicação Geográfica**. 4 ed. Florianópolis: MAPA, 2014. 415p.
- CÄKER, M.; SIVERBO, S. Strategic alignment in decentralized organizations–The case of Svenska Handelsbanken. **Scandinavian Journal of Management**, v. 30, n. 2, p. 149-162, 2014.
- CALMANOVICI, C. E. A inovação, a competitividade e a projeção mundial das empresas brasileiras. **Rev. USP** [online]. n.89, 2011. p. 190-203. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13877>.
- CARMO, H.; FERREIRA, M. Metodologia da investigação–Guia para Autoaprendizagem (2ª edição). **Lisboa: Universidade Aberta**, 2008.
- CHANDLER, A. D. **Strategy and Structure: b Chapters in the History of the Industrial Enterprise**. MIT press, 1966.
- CHENHALL, R. H. Integrative strategic performance measurement systems, strategic alignment of manufacturing, learning and strategic outcomes: an exploratory study. **Accounting, Organizations and Society**, v. 30, n. 5, p. 395-422, 2005.
- COATES, V.; FAROOQUE, M.; KLAVANS, R.; LAPID, K.; LINSTONE, H. A.; PISTORIUS, C.; PORTER, A. L. **On the Future of Technological Forecasting**. **North-Holland: Elsevier Science**. 2001

DE AGUIAR ALVES, V. B. O Filé: arte e cultura no Pontal da Barra em Maceió (Brasil) e em Margaride (Felgueiras–Portugal): coleta de informação e preservação da memória. **Páginas a&b**, p. 130-137, 2014.

DECOENE, V.; BRUGGEMAN, W. Strategic alignment and middle-level managers' motivation in a balanced scorecard setting. **International Journal of Operations & Production Management**, v. 26, n. 4, p. 429-448, 2006.

DIAZ, R. A. Planning for sustainable development: Strategic alignment in Peruvian regions and cities. **Futures**, v. 43, n. 8, p. 908-918, 2011.

DRUZIAN, J. I.; NUNES, I. L. Indicações Geográficas Brasileiras e Impacto sobre Bens Agrícolas e/ou agroindustriais. **Revista Geintec**, v. 2, n. 4, p. 413–426, 2012.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Diagnósticos e mapeamento setoriais. Dez. 2016. Disponível em: <http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GOVERNO DA PARAÍBA. **Associações e cooperativas são beneficiadas pelo Empreender-PB**. Sábado, 31 de dezembro de 2011. Disponível em: <http://paraiba.pb.gov.br/associacoes-e-cooperativas-sao-beneficiadas-pelo-empreender-pb/>

GOVINDARAJAN, V.; TRIMBLE, C. **O Desafio da Inovação: Fundamentos para Construir Empresas Inovadoras em Meio a Incertezas e Complexidades**. Elsevier Brasil, 2015.

HANDCOCK, M. S.; GILE, K. J. C.: On the concept of snowball sampling. **Sociological Methodology**, v. 41, n. 1, p. 367-371, 2011.

HENDERSON, J. C.; VENKATRAMAN, H. Strategic alignment: Leveraging information technology for transforming organizations. **IBM Systems Journal**, v. 32, n. 1, p. 472-484, 1993.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Renda Irlandesa** – Divina Pastora. Instrução Técnica do Processo de Registro do Modo de Fazer da Renda Irlandesa tendo como referência o Ofício das Rendeiras de Divina Pastora/SE, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=3227>. Acesso em 13.06.2017

INPI, Instituto Nacional da Propriedade; SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Guia de implementação de indicações geográficas para produtos: orientações para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI**. Brasília, 2011, 86p.

JOSHI, M. P.; KATHURIA, R.; PORTH, S. J. Alignment of strategic priorities and performance: an integration of operations and strategic management perspectives. **Journal of Operations Management**, v. 21, n. 3, p. 353-369, 2003.

JUNGSMANN, D. de M.; BONETTI, E. A. A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual. **Guia para o empresário. Brasília: IEL**, 2010.

KAKUTA, S. M. SOUZA, A. L.L. de et al. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

KOLEHMAINEN, K. Dynamic strategic performance measurement systems: balancing empowerment and alignment. **Long Range Planning**, v. 43, n. 4, p. 527-554, 2010.

KOTLER, P. e ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2015.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 2012.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Teoria Geral Da Administração: Uma Abordagem Prática**. Editora Atlas SA, 2008.

OMPI. Organização Mundial da Propriedade Intelectual. **General Course on Intellectual Property DL-101**. 2018. Disponível em: <https://welc.wipo.int/acc/index.jsf>

OMPI. Organização Mundial da Propriedade Intelectual. **Qué es la propiedad intelectual?** Disponível em <http://www.wipo.int/about-ip/es/> acesso em 26.06.2017(b)

PAPKE-SHIELDS, K. E.; MALHOTRA, M. K. Assessing the impact of the manufacturing executive's role on business performance through strategic alignment. **Journal of Operations Management**, v. 19, n. 1, p. 5-22, 2001.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de Dados para Ciências Sociais – A Complementariedade do SPSS**. Edições Sílabo, Lda. 6ª Edição. Lisboa. 2014

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva–Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 18ª Edição. **São Paulo-SP: Campus**, 1986.

PORTUGAL, Decreto Lei n.º 121/2015 de 30 de junho de 2015. Cria o Sistema Nacional de Qualificação e Certificação de Produções Artesanais Tradicionais. **Diário da República Eletrônico**, Lisboa, 30 de jun. 2015. Disponível em https://dre.pt/home/-/dre/67641480/details/maximized?p_auth=s819Jvet

RODRIGUES VALENTE, M. E. et al. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, v. 42, n. 3, 2012.

RUSSO, S. L. et al. **Capacitação em inovação tecnológica para empresários**. São Cristovão, p. 77-117, 2011.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, INPI - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Indicações Geográficas Brasileiras**. Coordenação Hulda Oliveira Giesbrecht. Brasília: SEBRAE, INPI, 2014. 264 p.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Indicações geográficas brasileiras: artesanato** - Brazilian geographical indications: artisanal handicraft = Indicaciones geográficas brasileñas: artesanía. Coordenação: Hulda Oliveira Giesbrecht, Raquel Beatriz Almeida de Minas. 2. ed. Brasília: Sebrae, INPI, 2016. 73 p.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A IG ajuda a manter os padrões de qualidade do produto e impede que outras pessoas utilizem indevidamente o nome da região em produtos ou serviços. PB 04/10/2013.** Disponível em <http://www.pb.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PB/renda-renascenca-recebe-selo-de-identificacao-geografica-do-cariri-paraibano,8cbacd8ca8906410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 15.06.2017

SÁTYRO, W. C.; CONTADOR, J. C.; FERREIRA, A. A. Afinal, o que é alinhamento estratégico. **Anais do XVII Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais—17 SIMPOI, São Paulo**, v. 27, p. 28, 2014.

SCHNEIDER, B. et al. The Human Side of Strategy: Employee Experiences of Strategic Alignment in a Service Organization. **Organizational Dynamics**, v. 32, n. 2, p. 122-141, 2003.

SILVESTRO, R.; SILVESTRO, C. New service design in the NHS: an evaluation of the strategic alignment of NHS Direct. **International Journal of Operations & Production Management**, v. 23, n. 4, p. 401-417, 2003.

SINGH, N.; HU, C. Understanding strategic alignment for destination marketing and the 2004 Athens Olympic Games: Implications from extracted tacit knowledge. **Tourism Management**, v. 29, n. 5, p. 929-939, 2008.

SOUBA, W. W. Leadership and strategic alignment—Getting people on board and engaged. **Journal of Surgical Research**, v. 96, n. 2, p. 144-151, 2001.

VON BERTALANFFY, Ludwig. **Teoria geral dos sistemas: fundamentos, desenvolvimento e aplicações**. Vozes, 2008.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO - TCLE
INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE - IFS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE - UFS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA
PROPRIEDADE INTELECTUAL
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da Pesquisa: Alinhamento estratégico para utilização em Indicação Geográfica – IG de artesanato

Pesquisador Responsável: Ilka Maria Escalante Bianchini

Orientador: Profa. Dra. Suzana Leitão Russo

Endereço para Contato: e-mail: ibianchini@yahoo.com.br . Tel: (79) 99993-5473

Associação: _____

Prezada Associada,

Você está sendo convidada a participar desta pesquisa, cujo procedimento consistirá em uma entrevista individual. Esta pesquisa consiste na entrevista individual com as associadas, as quais serão convidadas e participarão voluntariamente desta pesquisa.

O objetivo desta pesquisa é caracterizar o perfil sócio econômico das associadas, verificar se o padrão de qualidade do produto permanece dentro da aprovação do selo da Indicação Geográfica, identificar a satisfação das associadas com a associação e os clientes, identificar o nível de alinhamento da associação com o mercado, a adequação e integração entre mercado e estrutura administrativa, recursos financeiros, tecnológicos e humanos das Indicações Geográficas. Vale salientar que essa pesquisa é oportuna, na medida em que tem como fim compilar os procedimentos utilizados para a implantação do alinhamento estratégico a ser utilizado nas associações com Indicação Geográfica e construir um modelo de alinhamento estratégico para associações de rendas e bordados;

As entrevistas serão realizadas em horário e dia acordados entre a pesquisadora e a participante e, caso haja a necessidade de outros encontros, estes também serão acordados entre

ambos. Não serão utilizados gravadores, sendo as informações coletadas em questionários impressos. Cabe frisar que as informações fornecidas pelas participantes serão resguardadas, sendo assegurada a confidencialidade das informações que possibilitem a identificação das participantes da pesquisa tanto na redação da tese, quanto na publicação em revistas científicas. Assim, não haverá nenhum risco que possa ter origem na participação deste estudo. Ressalto também, que o resultado da pesquisa será disponibilizado para cada participante quando da conclusão da tese.

Nenhuma participante receberá pagamento para participar desta pesquisa, assim como não terá custo pela participação. Sua participação é voluntária, sendo assegurada a total liberdade em recusar-se a participar da pesquisa, bem como abandoná-la a qualquer momento. Toda e qualquer dúvida que você possa ter sobre o processo de investigação, será esclarecida.

Sua assinatura neste consentimento mostra que você entendeu essa pesquisa e concorda com a coleta de dados. Você receberá uma cópia deste formulário de consentimento.

Este termo foi elaborado de acordo com as Normas da Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde/Ministério da Saúde.

CEP IFS: Comitê de Ética e Pesquisa do Instituto Federal de Sergipe
Coordenador do Comitê de Ética: Jaime José da Silveira Barros Neto
Endereço: Av. Jorge Amado, 1551, Loteamento Garcia, Bairro Jardins, Aracaju - SE.
Reitoria/PROPEX/2º andar. Horário de Atendimento: Segunda-feira à sexta-feira, das 8h às 12h. Telefone (79) 3711-1437 E-mail: cep@ifs.edu.br

Nome legível da Associada

Assinatura da Associada

Ilka Bianchini – Pesquisadora responsável

Data:...../...../.....

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO COM ASSOCIADAS**ROTEIRO PARA QUESTIONÁRIO COM ASSOCIADAS**

Associação _____

Data da Entrevista: ____/____/____

Entrevistadora: Doutoranda Ilka Marai Escalante Bianchini

Bloco 1 – Dados Demográficos

1. Naturalidade: _____
2. Gênero: Feminino ☐ masculino ☐
3. Idade: _____
4. Estado civil: casada ☐ ☐ solteira ☐ ☐ divorciada ☐ ☐ Viúva ☐ ☐ outros ☐
5. Nível de escolaridade:

☐ Não estudou	☐ Ensino Fundamental Completo
☐ Ensino Fundamental Incompleto	☐ Ensino Médio Completo
☐ Ensino Médio Incompleto	☐ Nível superior Incompleto
☐ Nível superior Completo	☐ Pós Graduação
6. Renda familiar: ☐ até 1 salário mínimo ☐ de 2 a 4 salários mínimos
☐ de 5 a 7 salários mínimos ☐ de 8 a 10 salários mínimos
☐ NA
7. Você é o provedor da casa? ☐ Sim ☐ Não ☐ Contribui

Bloco 2 – Dados do Trabalho, Produção e Qualidade.

1. Sabe o que é Indicação Geográfica – IG ☐ Sim ☐ Não.
2. Já recebeu ou fez algum treinamento sobre Indicação Geográfica - IG ☐ Sim ☐ Não.
Por quem? _____
3. Já recebeu ou fez algum treinamento sobre os pontos da renda/bordado da Indicação Geográfica – IG da sua associação? ☐ Sim ☐ Não.
Por quem? _____
4. A atividade de renda/bordado é a sua principal atividade econômica?
☐ Sim ☐ Não
5. Você realiza outros tipos de trabalhos remunerados ☐ Sim ☐ Não.
6. Em caso afirmativo, quais?

7. Quantas vezes por semana você se dedica à atividade de renda/bordado ?

8. E dessas vezes, qual a média de horas por dia?

9. Qual o destino do trabalho produzido?
☐ Venda em casa para venda direta ao consumidor.
☐ Venda para a associação
☐ _____ Venda para outros.
 Quem? _____
10. Com o selo de Indicação Geográfica houve um aumento de venda das renda/bordado?
☐ Sim ☐ Não.
11. Houve alguma mudança na produção após a Indicação Geográfica?
☐ Sim ☐ Não.

Em caso afirmativo, qual(is)?

12. Já teve algum trabalho recusado na associação ou por algum cliente?

() Sim () Não.

Em caso afirmativo, qual(is)??

Bloco 3 – Satisfação com a Gestão da Associação

A escala é dada de 1 a 5, em que 1 significa totalmente **insatisfeito** e 5 totalmente **satisfeito**:

Nº Questão	Questões da pesquisa	Escala				
C1	Qual a sua satisfação geral com a associação ?	1	2	3	4	5
C2	Qual a sua satisfação com o desempenho da associação na venda dos produtos ?	1	2	3	4	5
C3	Qual a sua satisfação com o tempo utilizado em todo o processo da verificação e venda do produto ?	1	2	3	4	5
C4	Qual a sua satisfação com a infraestrutura da associação ?	1	2	3	4	5
C5	Qual a sua satisfação com o atendimento prestado pelo gestor da associação ?	1	2	3	4	5
C6	Qual a sua satisfação com o gestor da associação na verificação do produto de acordo com as características exigidas pelo selo de IG ?	1	2	3	4	5
C7	Qual a sua satisfação com a desenvoltura do gestor (ou vendedor) no atendimento aos compradores que vêm na associação?	1	2	3	4	5
C8	Qual a sua satisfação com os procedimentos adotados pela associação no geral na comunicação, pagamentos, prazos ?	1	2	3	4	5
C9	Qual a sua satisfação com os serviços/produtos como um todo ofertado pela associação ?	1	2	3	4	5
C10	Qual a sua satisfação com o seu produto em relação ao custo/lucro ?	1	2	3	4	5
C11	Qual a sua satisfação em ser uma associada ?	1	2	3	4	5

APÊNDICE C – ROTEIRO - ENTREVISTAS COM GESTORES DA ASSOCIAÇÃO

ROTEIRO PARA ENTREVISTAS COM GESTORES DA ASSOCIAÇÃO

ASSOCIAÇÃO _____

NOME _____

FUNÇÃO _____

Data da Entrevista: ____/____/____

Entrevistadora: Doutoranda Ilka Maria Escalante Bianchini

Bloco 1 – IG

1. Conhece o termo Indicação Geográfica - IG: () Sim () Não
2. Sabendo o significado, você espera que uma IG beneficie:
 - (a) Aumento do Turismo
 - (b) Satisfação e orgulho em relação ao produto e produtor
 - (c) Facilidade de acesso ao mercado
 - (d) Reconhecimento dos consumidores
 - (e) Aumento do preço do produto
 - (f) Reconhecimento do saber fazer, reputação e origem geográfica.
 Outro _____
3. Teve mudança no produto ou na qualidade do produto após a conquista da IG pela associação?

Sim () Não (). Em caso afirmativo, qual(is)?

Bloco 2 – Governança corporativa

1. Há quantos anos você está na gestão da associação?

1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() () _____
2. Recebeu algum tipo de treinamento? () Sim () Não.

Em caso afirmativo, qual(is)? _____
3. Como as ações do seu mandato contribuem com a governança da associação? _____
4. Em relação às estratégias: quais as ações do seu mandato que contribuem para o diferencial competitivo da associação?

5. Quais as maiores dificuldades encontradas na gestão da associação?

A escala é dada de 1 a 5, em que 1 significa totalmente insatisfeito e 5 totalmente satisfeito.

Nº Questão	Bloco 3 Satisfação com o desempenho da associação	Escala				
B1	Qual a sua satisfação geral com o estabelecimento de diretrizes, políticas e estratégias da associação?	1	2	3	4	5
B2	Qual a sua satisfação com o desempenho da associação na venda dos produtos?	1	2	3	4	5

B3	Qual a sua satisfação com o tempo utilizado em todo o processo da fabricação e remessa do produto?	1	2	3	4	5
B4	Qual a sua satisfação com a infraestrutura da associação?	1	2	3	4	5
B5	Qual a sua satisfação com atendimento prestado pelos cooperados na venda do produto?	1	2	3	4	5
B6	Qual a sua satisfação com a educação e atenção despendida pelo cooperado ao se relacionar com alguém da gestão?	1	2	3	4	5
B7	Qual a sua satisfação com a prestatividade do associado na identificação do produto de acordo com as necessidades do comprador?	1	2	3	4	5
B8	Qual a sua satisfação com a desenvoltura do vendedor na explicação das especificações do produto com Indicação Geográfica IG?	1	2	3	4	5
B9	Qual a sua satisfação, no geral, com os procedimentos adotados pela associação na aceitação do associado novo?	1	2	3	4	5
B10	Qual a sua satisfação com o produto como um todo na hora da entrega: estava tudo em ordem, o produto era como esperado?	1	2	3	4	5
B11	Qual a sua satisfação com o produto em relação ao padrão estabelecido pela Indicação Geográfica IG?	1	2	3	4	5
B12	Qual a sua satisfação com o produto em relação ao custo?	1	2	3	4	5
B13	Qual a sua satisfação com o produto depois de estabelecida a Indicação Geográfica - IG?	1	2	3	4	5

Bloco 4 – Qualidade percebida pelos clientes					
1	O Cliente sabe o que é o selo de Indicação Geográfica - IG?	S		N	
2	Após saber o conhecimento do significado de indicação Geográfica - IG os clientes preferem produtos com o selo?	S		N	
3	O Cliente aceita pagar mais caro por um produto com selo de Indicação Geográfica IG?	S		N	
4	O cliente retorna para comprar outros produtos da associação?	S		N	

APÊNDICE D – RESULTADOS DA PESQUISA

Bloco 1 – Dados Demográficos

Tabela 1: Idade das Associadas

ASSOCIAÇÃO/ IDADE DAS ASSOCIADAS	16 - 20	21 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	41 - 45	46 - 50	51 - 55	56 - 60	61 - 65	66 - 70	71 - 75	76 - 80	TOTA L
ASDEREN	2	4	2	3	8	9	6	2	4	3	4	2	1	50
CONARRENDA	0	4	5	8	8	2	8	8	1	4	2	0	0	50
INBORDAL	0	3	1	3	5	2	3	6	1	0	1	0	0	25
TOTAL	2	11	8	14	21	13	17	16	6	7	7	2	1	125

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 2: Estado Civil das Associadas

	CONARRENDA		INBORDAL		ASDEREN		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Casada(o)	36	72,00%	20	80,00%	29	58,00%	85	68,00%
Divorciada(o)	4	8,00%	2	8,00%	2	4,00%	8	6,40%
Solteira(o)	8	16,00%	2	8,00%	15	30,00%	25	20,00%
Viúva(o)	2	4,00%	1	4,00%	4	8,00%	7	5,60%
Total Geral	50	100,00%	25	100,00%	50	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 3: Nível de escolaridade da população pesquisada

	CONARRENDA		INBORDAL		ASDEREN		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Ensino Fundamental Completo	1	2,00%	2	8,00%	3	6,00%	6	4,80%
Ensino Fundamental Incompleto	21	42,00%	5	20,00%	13	26,00%	39	31,20%
Ensino Médio Completo	12	24,00%	11	44,00%	13	26,00%	36	28,80%
Ensino Médio Incompleto	1	2,00%	2	8,00%	9	18,00%	12	9,60%
Não estudou	10	20,00%	-	-	2	4,00%	12	9,60%
Nível Superior Completo	3	6,00%	2	8,00%	6	12,00%	11	8,80%
Nível Superior Incompleto	-	-	3	12,00%	3	6,00%	6	4,80%
Pós-Graduação	2	4,00%	-	-	1	2,00%	3	2,40%
Total Geral	50	100,00%	25	100,00%	50	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 4: Renda familiar da população pesquisada

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Até 1 salário mínimo	34	68,00%	43	86,00%	8	32,00%	85	68,00%
De 2 a 4 salários mínimos	15	30,00%	6	12,00%	16	64,00%	37	29,60%
De 5 a 7 salários mínimos	1	2,00%	-	-	-	-	1	0,80%
De 8 a 10 salários mínimos	-	-	-	-	1	4,00%	1	0,80%
Não respondeu	-	-	1	2,00%	0	0,00%	1	0,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 5: Se é provedor da casa

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
0,5	11	22,00%	13	26,00%	2	8,00%	26	20,80%
Não	17	34,00%	11	22,00%	12	48,00%	40	32,00%
Sim	22	44,00%	26	52,00%	11	44,00%	59	47,20%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Bloco 2 – Dados do Trabalho, Produção e Qualidade.

Tabela 6: Sabe o que é Indicação Geográfica - IG

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	26	52,00%	29	59,18%	8	32,00%	63	50,81%
Sim	24	48,00%	20	40,82%	17	68,00%	61	49,19%
Total Geral	50	100,00%	49	100,00%	25	100,00%	124	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 7: Recebeu treinamento nos pontos da renda ou bordado com IG

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	31	62,00%	44	88,00%	8	32,00%	83	66,40%
Sim	19	38,00%	6	12,00%	17	68,00%	42	33,60%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 8: Quem ministrou o treinamento nos pontos da renda ou bordado com IG

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
A mãe	1	20,00%	-3	12,50%-	-	-	4	9,31%
Amigas	1	20,00%	-	-	-	-	1	2,33%
Associação	-	-	1	4,17%	1	7,14%	2	4,65%
Família	-	-	8	33,33%	-	-	8	18,60%
Irmã	-	-	2	8,33%	-	-	2	4,65%
SEBRAE	3	60,00%	4	16,67%	13	92,86%	20	46,51%
Sozinha	-	-	6	25,00%	0	0,00%	6	13,95%
Total Geral	5	100,00%	24	100,00%	14	100,00%	43	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 9: A renda/bordado como principal atividade econômica das associadas

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	25	50,00%	11	22,00%	3	12,00%	39	31,20%
Sim	25	50,00%	39	78,00%	22	88,00%	86	68,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 10: Quais outros tipos de trabalho remunerado

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Agricultora	-	-	1	6,67%	-	-	1	2,78%
Aposentada	4	28,57%	2	13,33%	-	-	6	16,67%
Assis. Farmácia	1	7,14%	-	-	-	-	1	2,78%
Auxiliar	-	-	1	6,67%	-	-	1	2,78%
Cuidadora de idosos	1	7,14%	1	6,67%	1	14,29%	3	8,33%
Cuidar da associação	-	-	1	6,67%	-	-	1	2,78%
Diarista	-	-	2	13,33%	1	14,29%	3	8,33%
Empresária de vendas	1	7,14%	-	-	-	-	1	2,78%
Enfermeira	1	7,14%	-	-	-	-	1	2,78%
Estagiária	1	7,14%	-	-	-	-	1	2,78%
Func.pública	-	-	1	6,67%	3	42,86%	4	11,11%
Manicure	-	-	1	6,67%	-	-	1	2,78%
Merendeira	1	7,14%	-	-	-	-	1	2,78%
Particular	-	-	-	-	1	14,29%	1	2,78%
Pensão	-	-	1	6,67%	1	14,29%	2	5,56%
Professor	4	28,57%	2	13,33%	-	-	6	16,67%
Salgadeira	-	-	1	6,67%	-	-	1	2,78%
Vendas	-	-	1	6,67%	-	-	1	2,78%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 11: Quantos dias por semana as associadas se dedicam à produção de renda/bordado

Nº de Dias	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	2	4,00%	-	-	-	-	2	1,60%
2	5	10,00%	5	10,00%	0	0,00%	10	8,00%
3	2	4,00%	1	2,00%	2	8,00%	5	4,00%
4	2	4,00%	1	2,00%	-	-	3	2,40%
5	11	22,00%	2	4,00%	-	-	13	10,40%
7	28	56,00%	41	82,00%	23	92,00%	92	73,60%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 12: Quantas horas por dia as associadas se dedicam à produção de renda/bordado

Nº de Horas	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1	1	2,00%	-	-	-	-	1	0,81%
2	3	6,00%	6	12,00%	-	-	9	7,26%
3	10	20,00%	4	8,00%	1	4,00%	15	12,10%
4	8	16,00%	6	12,00%	4	16,00%	18	14,52%
5	5	10,00%	1	2,00%	1	4,00%	7	5,75%
6	18	36,00%	6	12,00%	3	12,00%	26	20,97%
7	2	4,00%	-	-	-	-	2	1,61%
8	3	6,00%	27	54,40%	13	52,00%	43	34,68%
10	-	-	-	-	3	12,00%	3	2,42%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	124	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 13: Qual o destino das peças produzidas pelas associadas

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Venda em casa, venda direta ao consumidor.	11	22,00%	2	4,00%	-	-	13	10,40%
Venda para outros.	10	20,00%	9	18,00%	1	4,00%	20	16,00%
Venda para outras associações	0	0,00%	9	18,00%	4	16,00%	13	10,40%
Venda para a associação,.	29	58,00%	30	60,00%	20	80,00%	79	63,20%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 14: Venda para outros: Quem?

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Atravessadores	-	-	6	54,55%	-	-	6	30,00%
Feiras	1	50,00%	3	27,27%	3	42,86%	7	35,00%
Feiras e atravessadores	-	-	1	9,09%	-	-	1	5,00%
Lojas	-	-	1	9,09%	3	42,86%	4	20,00%
Vendas por encomenda, Instagram	-	-	-	-	1	14,29%	1	5,00%
Clientes pessoais	1	50,00%	-	-	-	-	1	5,00%
Total Geral	2	100,00%	11	100,00%	7	100,00%	20	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 15: Aumento de venda das rendas/bordado com o selo de Indicação Geográfica - IG?

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	30	60,00%	44	88,00%	3	12,00%	77	61,60%
Sim	20	40,00%	6	12,00%	22	88,00%	48	38,40%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 16: Houve alguma mudança na produção após a Indicação Geográfica - IG?

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	26	52,00%	47	94,00%	1	4,00%	74	59,20%
Sim	24	48,00%	3	6,00%	24	96,00%	51	40,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 17: Quais mudanças ocorreram após a conquista do selo de Indicação Geográfica - IG

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Melhorou a qualidade	23	95,83%	3-	100,00%-	23	100,00%	46	97,87%
Aumentou valor	1	4,17%	-	-	-1	-	2	2,13%
Total Geral	24	100,00%	3-	100,00%-	23	100,00%	47	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 18: Já teve algum trabalho recusado na associação ou por algum cliente?

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Não	48	96,00%	47	94,00%	19	76,00%	114	91,20%
Sim	2	4,00%	3	6,00%	6	24,00%	11	8,80%
Total Geral	50	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	125	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Tabela 19: Qual a razão do trabalho ter sido recusado

	ASDEREN		CONARRENDA		INBORDAL		Total Geral	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Qualidade do acabamento	2-	-100,00	3	100,00%	6	100,00%	9	100,00%
Total Geral	2	100,00%	3	100,00%	6	100,00%	9	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

Bloco 3 – Satisfação com a Gestão da Associação
--

Tabela 20: Satisfação geral com a associação

C1. Qual a sua satisfação geral com a associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	4	6	25	48	42	125
	%	3,20%	4,80%	20,00%	38,40%	33,60%	100,00%
C2. Qual a sua satisfação com o desempenho da associação na venda dos produtos?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	2	10	42	51	20	125
	%	1,60%	8,00%	33,60%	40,80%	16,00%	100,00%
C3. Qual a sua satisfação com o tempo utilizado em todo o processo da verificação e venda do produto?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	3	6	38	52	26	125
	%	2,40%	4,80%	30,40%	41,60%	20,80%	100,00%
C4. Qual a sua satisfação com a infraestrutura da associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	15	2	19	37	52	125
	%	12,00%	1,60%	15,20%	29,60%	41,60%	100,00%
C5. Qual a sua satisfação com o atendimento prestado pelo gestor da associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	1	6	8	55	55	125
	%	0,80%	4,80%	6,40%	44,00%	44,00%	100,00%
C6. Qual a sua satisfação com o gestor da associação na verificação do produto de acordo com as características exigidas pelo selo de Indicação Geográfica?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	1	1	9	47	67	125
	%	0,80%	0,80%	7,20%	37,60%	53,60%	100,00%
C7. Qual a sua satisfação com a desenvoltura do gestor (ou vendedor) no atendimento aos compradores que vêm na associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	0	0	9	66	50	125
	%	0,00%	0,00%	7,20%	52,80%	40,00%	100,00%
C8. Qual a sua satisfação com os procedimentos adotados pela associação no geral na comunicação, pagamentos, prazos?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	0	2	18	52	53	125
	%	0,00%	1,60%	14,40%	41,60%	42,40%	100,00%
C9. Qual a sua satisfação com os serviços/produtos como um todo ofertado pela associação?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	1	3	24	51	46	125
	%	0,80%	2,40%	19,20%	40,80%	36,80%	100,00%
C10. Qual a sua satisfação com o seu produto em relação ao custo/lucro?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	0	3	18	56	48	125
	%	0,00%	2,40%	14,40%	44,80%	38,40%	100,00%
C11. Qual a sua satisfação em ser uma associada?	0	1	2	3	4	5	Total Geral
	f	0	0	2	37	86	125
	%	0,00%	0,00%	1,60%	29,60%	68,80%	100,00%

Legenda: f = Frequência

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2019).

ANEXO A - PARECER DE APROVAÇÃO DO COMITÊ DE ÉTICA

INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE SERGIPE/



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Associações de Artesanato e Indicação Geográfica

Pesquisador: ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 99116418.7.0000.8042

Instituição Proponente: INSTITUTO FEDERAL DE EDUCACAO, CIENCIA E TECNOLOGIA DE SERGIPE

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.323.411

Apresentação do Projeto:

Este estudo visa caracterizar o perfil das cooperadas e das cooperativas de rendas Irlandesa, Renascença e do bordado Filé, relacionar o nível de alinhamento estratégico das mesmas com seus mercados, objetivando estabelecer um alinhamento estratégico que promova a adequação e integração entre mercado e estrutura administrativa das associações.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário: Identificar as ações de gestão que levem a um Alinhamento Estratégico para promover a adequação e integração entre mercado e estrutura administrativa, recursos financeiros, tecnológicos e humanos das Associações com Indicações Geográficas.

Objetivo Secundário: Caracterizar o perfil das associações de rendas e bordados. - Verificar se o padrão de qualidade do produto permanece dentro da aprovação do selo da IG;- Identificar as variáveis do alinhamento estratégico das associações de renda e bordados e o nível de alinhamento estratégico com seus mercados;- Apontar as principais influências das indicações geográficas das rendas Irlandesa, Renascença e do bordado Filé no desenvolvimento da associação;- Construir um modelo de alinhamento estratégico para associação de rendas e bordados; Compilar os procedimentos utilizados para a implantação do Alinhamento Estratégico a ser utilizado nas associações com Indicação Geográfica.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Acrescentar os riscos no Registro de Consentimento – ATENDIDO

Endereço: Avenida Jorge Amado, 1551 - Loteamento Garcia Bairro Jardins | Aracaju - SE | CEP: 49025-330
Bairro: Jardins **CEP:** 49.025-330
UF: SE **Município:** ARACAJU
Telefone: (79)3711-1437 **E-mail:** cep@ifs.edu.br

INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE SERGIPE/



Continuação do Parecer: 3.323.411

No terceiro parágrafo, do RCLE a pesquisadora informa que na pesquisa não haverá riscos ao participante pois as informações coletadas serão coletadas com sigilo e confiabilidade, conforme descrito no Registro de Consentimento Livre e esclarecido: “assim, não haverá nenhum risco que possa ter origem na participação deste estudo”. Sugiro que se refaça essa redação deixando-se claro que, no que se refere ao sigilo e confiabilidade não haverá riscos, e não no estudo como um todo.

M quarto parágrafo do RCLE, a pesquisadora informa a possibilidade de outros risco, mas não informa as medidas a serem tomadas caso elas ocorram: “existir um desconforto e/ou risco para você que vai se submeter a esta pesquisa. Você poderá sentir que sua privacidade está sendo invadida, seu tempo desperdiçado, suas opiniões expostas”.

Alterar/acrescentar a Resolução 510 de 2016, por se tratar de uma pesquisa na área de Ciências Humanas e Sociais, pois, a mesma, apenas cita a Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde/Ministério da Saúde.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Quanto aos risco no terceiro parágrafo, do RCLE a pesquisadora informa que na pesquisa não haverá riscos ao participante pois as informações coletadas serão coletadas com sigilo e confiabilidade, conforme descrito no Registro de Consentimento Livre e esclarecido: “assim, não haverá nenhum risco que possa ter origem na participação deste estudo”. Sugiro que se refaça essa redação deixando-se claro que, no que se refere ao sigilo e confiabilidade não haverá riscos, e não no estudo como um todo.

No quarto parágrafo do RCLE, a pesquisadora informa a possibilidade de outros risco, mas não informa as medidas a serem tomadas caso elas ocorram: “existir um desconforto e/ou risco para você que vai se submeter a esta pesquisa. Você poderá sentir que sua privacidade está sendo invadida, seu tempo desperdiçado, suas opiniões expostas”.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

A pesquisado realizou a alteração do termo “Termo” para “Registro”, bem como incluiu o questionário da pesquisa, o qual encontra-se dentro dos padrões aceitáveis para a pesquisa e com redação clara e com linguagem acessível.

A pesquisadora digitalizou as cartas deixando-as mais claras. Apesar de duas das cartas não possuir carimbo dos responsáveis, a mesmo informa que as instituições não as possuem.

Endereço: Avenida Jorge Amado, 1551 - Loteamento Garcia Bairro Jardins | Aracaju - SE | CEP: 49025-330
Bairro: Jardins **CEP:** 49.025-330
UF: SE **Município:** ARACAJU
Telefone: (79)3711-1437 **E-mail:** cep@ifrs.edu.br

**INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE SERGIPE/**



Continuação do Parecer: 3.323.411

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

3) Acrescentar os riscos no Registro de Consentimento – ATENDIDO

No terceiro parágrafo ,do RCLE a pesquisadora informa que na pesquisa não haverá riscos ao participante pois as informações coletadas serão coletadas com sigilo e confiabilidade, conforme descrito no Registro de Consentimento Livre e esclarecido: “assim, não haverá nenhum risco que possa ter origem na participação deste estudo”. Sugiro que se refaça essa redação deixando-se claro que, no que se refere ao sigilo e confiabilidade não haverá riscos, e não no estudo como um todo.

No quarto parágrafo do RCLE, a pesquisadora informa a possibilidade de outros risco, mas não informa as medidas a serem tomadas caso elas ocorram: “existir um desconforto e/ou risco para você que vai se submeter a esta pesquisa. Você poderá sentir que sua privacidade está sendo invadida, seu tempo desperdiçado, suas opiniões expostas”.

Alterar/acrescentar a Resolução 510 de 2016, por se tratar de uma pesquisa na área de Ciências Humanas e Sociais, pois, a mesma, apenas cita a Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde/Ministério da Saúde.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1212120.pdf	13/05/2019 10:32:12		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Registro_de_Consentimento_13_05.pdf	13/05/2019 10:30:49	ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETO_DOUTORADO_Ilka_20_09.pdf	19/03/2019 14:17:09	ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Autorizacao_Conarenda.pdf	19/03/2019 10:12:03	ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	ANUENCIA_ASSOCIADAS_02_19.pdf	18/03/2019 20:01:05	ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito
TCLE / Termos de	Autorizacao_INBORDAL_03_19.pdf	18/03/2019	ILKA MARIA	Aceito

Endereço: Avenida Jorge Amado, 1551 - Loteamento Garcia Bairro Jardins | Aracaju - SE | CEP: 49025-330
Bairro: Jardins **CEP:** 49.025-330
UF: SE **Município:** ARACAJU
Telefone: (79)3711-1437 **E-mail:** cep@ifs.edu.br

INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE SERGIPE/



Continuação do Parecer: 3.323.411

Assentimento / Justificativa de Ausência	Autorizacao_INBORDAL_03_19.pdf	17:23:23	ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Autorizacao_CONARRENDA_26_02_19.pdf	18/03/2019 17:22:37	ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Autorizacao_ASDEREN_03_19.pdf	18/03/2019 17:21:27	ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito
Cronograma	CRONOGRAMA.pdf	18/03/2019 17:14:46	ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto_Pesquisa007.pdf	31/08/2018 10:17:00	ILKA MARIA ESCALIANTE BIANCHINI	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

ARACAJU, 13 de Maio de 2019

Assinado por:
JAIME JOSÉ DA SILVEIRA BARROS NETO
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida Jorge Amado, 1551 - Loteamento Garcia Bairro Jardins | Aracaju - SE | CEP: 49025-330
Bairro: Jardins **CEP:** 49.025-330
UF: SE **Município:** ARACAJU
Telefone: (79)3711-1437 **E-mail:** cep@ifse.edu.br