



Universidade Federal
de São João del-Rei

Associação Fórum Nacional de Gestores de Inovação e Transferência de Tecnologia
Programa de Pós-Graduação em
Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI - UFSJ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO

PAULO MÁRCIO LARA

**DIAGNÓSTICO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DO ARTESANATO EM
ESTANHO DE SÃO JOÃO DEL-REI - MG**

São João del-Rei
2023

PAULO MÁRCIO LARA

**DIAGNÓSTICO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DO ARTESANATO EM
ESTANHO DE SÃO JOÃO DEL-REI - MG**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT – Ponto Focal Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

Orientador: Prof. Dr. Paulo Henrique de Lima Siqueira

Coorientador: Prof. Dr. Fabrício Molicca de Mendonça

São João del-Rei
2023

Ficha catalográfica elaborada pela Divisão de Biblioteca (DIBIB)
e Núcleo de Tecnologia da Informação (NTINF) da UFSJ,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

L318d Lara, Paulo Márcio.
Diagnóstico da indicação de procedência do
artesanato em estanho de São João Del Rei - MG /
Paulo Márcio Lara ; orientador Paulo Henrique de
Lima Siqueira; coorientador Fabrício Molica de
Mendonça. -- São João del-Rei, 2023.
89 p.

Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em
Propriedade Intelectual e Transferência de
Tecnologia para Inovação) -- Universidade Federal de
São João del-Rei, 2023.

1. Indicação Geográfica. 2. Indicação de
Procedência. 3. Artesanato em Estanho. 4. São João
Del Rei. I. Siqueira, Paulo Henrique de Lima,
orient. II. Mendonça, Fabrício Molica de , co-orient.
III. Título.

PAULO MÁRCIO LARA

**DIAGNÓSTICO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DO ARTESANATO EM
ESTANHO DE SÃO JOÃO DEL-REI - MG**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT – Ponto Focal Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ)

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Paulo Henrique de Lima Siqueira
Orientador

Prof. Dr. Fabrício Molica de Mendonça
Coorientador

Prof. Dr. Nicholas Joseph Tavares da Cruz
Membro Externo – UFAL

Prof^a. Dr^a. Kelly Lissandra Bruch
Membro Externo – PROFNIT ponto focal UFRGS

Prof. João Roberto Marques Lobo
Membro do Mercado: Gerente Regional Zona da Mata e
Vertentes do Sebrae MG

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, cuja graça e orientação são fundamentais ao longo deste percurso.

À minha esposa e filha, agradeço por compreenderem a minha ausência em diversos momentos e por estarem sempre ao meu lado.

Expresso minha sincera gratidão ao meu orientador, professor Paulo Henrique de Lima Siqueira. Sua orientação e paciência foram essenciais para o desenvolvimento deste trabalho.

Ao meu coorientador, professor Fabrício Molica de Mendonça, agradeço pela contribuição e apoio técnico oferecido ao longo desta jornada.

Expresso também meus sinceros agradecimentos aos membros da banca examinadora, prof. João Roberto Marques Lobo, prof. Nicholas Joseph Tavares da Cruz e prof.^a Kelly Lissandra Bruch, que gentilmente aceitaram participar e colaborar com esta dissertação.

Aos meus colegas da UFSJ, agradeço pela troca de experiências, aprendizado conjunto, apoio e estímulo.

Agradeço também ao Sr. Anselmo, presidente da AAPE e aos demais produtores do artesanato em estanho, pela disponibilidade e contribuição na realização desta pesquisa.

E finalmente agradeço a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

LARA, Paulo Márcio. **Diagnóstico da Indicação de Procedência do artesanato em estanho de São João del-Rei – MG**. 2023. 89f. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação - PROFNIT) – Universidade Federal de São João del-Rei, 2023.

RESUMO

As Indicações Geográficas (IGs) são signos distintivos utilizados para identificar produtos ou serviços procedentes de uma determinada região geográfica que apresentam qualidades diferenciadas resultantes do meio geográfico originário e têm o potencial de gerar muitos benefícios, incentivando o desenvolvimento local. No Brasil, de acordo com a Lei 9.279/96, a Indicação de Procedência (IP) é uma modalidade da IG, cujo registro garante proteção para o nome geográfico que se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de um determinado produto ou serviço. O artesanato em estanho de São João del-Rei é uma manifestação artística única, expressão da identidade e cultura da cidade, presente na história são-joanense desde o século XVIII. O reconhecimento da notoriedade deste artesanato foi solicitado em 2010 e reconhecido pelo INPI em 2012, na modalidade de IP. Este trabalho teve como finalidade analisar as percepções dos artesãos sobre os resultados do registro da IP de São João del-Rei para peças artesanais em estanho nos dez anos após seu registro. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa de natureza descritiva, com a estratégia de estudo de caso. Os dados foram coletados por meio de pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas, com os produtores do artesanato em estanho são-joanense. Quanto aos resultados, verificou-se que os produtores esperavam, como benefícios da IG, o aumento de vendas e no faturamento, a divulgação do artesanato, a criação de uma marca forte e a certificação da qualidade dos produtos, sendo que esses resultados não foram percebidos pelos produtores. Verificou-se que desafios como a falta de conhecimento sobre IG pela população, a divulgação dos produtos e o fortalecimento do associativismo dos produtores, com o consequente fortalecimento da associação dos artesãos, precisam ser abordados para que a IG alcance os benefícios esperados. No entanto, apesar dos benefícios não terem sido percebidos, os produtores do artesanato em estanho são-joanense consideraram relevante o registro da IG de São João del-Rei.

Palavras-Chave: Indicação Geográfica; Indicação de Procedência; Artesanato; Estanho; São João del-Rei.

LARA, Paulo Márcio. **Diagnosis of the Indication of Origin of handcraft in pewter from São João del-Rei – MG**. 2023. 89f. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação - PROFNIT) – Universidade Federal de São João del-Rei, 2023.

ABSTRACT

Geographical Indications (GIs) are distinctive signs used to identify products or services from a specific geographic region that present different qualities resulting from the original geographic environment and have the potential to generate many benefits, encouraging local development. In Brazil, according to Law 9.279/96, the Indication of Origin (IO) is a modality of GI, whose registration guarantees protection for the geographical name that has become known as the center of extraction, production or manufacture of a certain product or service. The pewter handcrafts of São João del-Rei is a unique artistic manifestation, an expression of the identity and culture of the city, present in the history of São João del-Rei since the 18th century. The recognition of the notoriety of this handcrafts was requested in 2010 and recognized by INPI in 2012, in IO mode. This work aimed to analyze the artisans' perceptions about the results of the registration of the São João del-Rei indication of Provenance for handcrafted pieces in pewter in the ten years after your registration. The research adopted a qualitative approach of descriptive nature, with a case study strategy. The data was collected through bibliographical and documentary research and interviews with the pewter handcraft producers. As for the results, it was found that the producers expected as the benefits of GI, the increased sales and revenue, the dissemination of handcrafts, the creation of a strong brand and certification of product quality. These results were not perceived by the producers. It was found that challenges such as the lack of knowledge about the GI among the population, the dissemination of products and the strengthening of producers' associativism with the consequent strengthening of the artisans' association, need to be faced for GI to achieve the expected benefits. However, although the benefits have not been perceived, the producers of pewter handcrafts consider the GI registration to be relevant.

Keywords: Geographical Indication; Indication of origin; Pewter; handcraft; São João del-Rei.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Produtos exportados por São João del-Rei no primeiro trimestre de 2023	16
FIGURA 2 - Destinos de estanho e suas obras são-joanense, no primeiro trimestre de 2023	17
FIGURA 3 - IGs nacionais registradas anualmente pelo INPI no período de 2002 a novembro de 2023	25
FIGURA 4 - Modelo de Matriz SWOT	29
FIGURA 5 - Mapa visual do modelo de negócios canvas	31
FIGURA 6 - Batismo do Sino “João da Cruz”	41
FIGURA 7 - Peças de Artesanato em estanho são-joanense	42
FIGURA 8 - Representação gráfica da IG São João del-Rei	45
FIGURA 9 - Objetos de arte sacra/litúrgica em estanho.	47
FIGURA 10 - Faturamento médio mensal das empresas dos entrevistados.....	51
FIGURA 11 - Matriz SWOT do artesanato em estanho de São João del-Rei	66
FIGURA 12 - Modelo de negócios CANVAS da AAPE	68

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Perguntas do questionário aplicado aos empresários	34
QUADRO 2 - Localização das empresas	48
QUADRO 3 - Faixa etária dos colaboradores das empresas de artesanato em estanho	49
QUADRO 4 - Motivos para fazer parte da Associação.....	51
QUADRO 5 - Expectativas atuais para o artesanato em estanho são-joanense	56

LISTA DE ABREVIATURAS

AAPE	Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei
BCE	Boletim do Comércio Exterior
DECIS	Departamento de Ciências Sociais da UFSJ
DO	Denominação de origem
FAPEMIG	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de MG
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IG	Indicação geográfica
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IP	Indicação de procedência
IPHAN	Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
LAPIP	Laboratório de Pesquisa e Intervenção Psicossocial
LPI	Lei de Propriedade Industrial
NEPE	Núcleo de Ensino Pesquisa e Extensão em Economia (UFSJ)
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas
UFSJ	Universidade Federal de São João del-Rei

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 JUSTIFICATIVA	16
1.2 OBJETIVOS	18
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	18
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1 DEFINIÇÃO E IMPORTÂNCIA DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	19
2.2 A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA.....	23
2.3 DESAFIOS DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA APÓS O REGISTRO.....	26
2.4 ANÁLISE SWOT	28
2.5 MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS.....	30
3 METODOLOGIA	33
3.1 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	33
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	40
4.1 A TRADIÇÃO DO ESTANHO EM SÃO JOÃO DEL-REI.....	41
4.2 HISTÓRIA DA ASSOCIAÇÃO DE ARTESÃOS DE PEÇAS EM ESTANHO DE SÃO JOÃO DEL-REI	44
4.3 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS.....	46
4.3.2 Expectativa	51
4.3.3 Resultados do registro da IP	58
4.3.4 Uso do selo	61
4.3.5 Associação	63
4.4 ANÁLISE DA SITUAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO E DO ARTESANATO EM ESTANHO DE SÃO JOÃO DEL-REI	64
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	74
APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	79
APÊNDICE 2 – MATRIZ FOFA (SWOT) E MODELO CANVAS	82

ANEXO 1 – APROVAÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA PELO COMITÊ DE ÉTICA	83
ANEXO 2 – CADERNO DE ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS.....	84
ANEXO 3 – RELATÓRIO DE AUDITORIA DE 23/10/2018.....	88
ANEXO 4 – ATA DE REUNIÃO DE 30/04/2015.....	90
ANEXO 5 – CONSULTA AO CNPJ DA AAPE.....	91

1 INTRODUÇÃO

As Indicações Geográficas (IGs) são signos distintivos usados para identificação de produtos ou serviços provenientes de uma região geográfica específica, que apresentem qualidade, reputação ou outras características que sejam predominantemente atribuíveis à sua origem geográfica. Assim, são uma forma de proteção e valorização da produção de uma determinada região geográfica e de garantia para o consumidor que adquire um produto autêntico e de qualidade (Santos *et al.*, 2023).

A IG é o resultado de interações técnicas, sociais e econômicas, que inclui tanto a mobilização de recursos locais específicos como o saber-fazer, tradições culturais e recursos naturais, quanto a construção da reputação do produto nas cadeias de comercialização entre produtores e consumidores (Medeiros; Passador, 2022).

No ordenamento jurídico brasileiro, a lei que institui a Indicação Geográfica é a 9.279/96, que a classifica em Indicação de Procedência (IP), que se refere ao local que tenha adquirido notoriedade de origem de produto ou serviço; e Denominação de Origem (DO) quando o produto ou serviço apresenta qualidades ou características essencialmente relacionadas ao meio geográfico (Brasil, 1996).

A IP visa proteger o nome geográfico de uma região ou localidade que alcançou notoriedade devido ao produto ou serviço ali produzido ou prestado, considerando sua história e características distintivas. Por sua vez, a DO refere-se à proteção, por meio de um nome geográfico, a um produto ou serviço único que mantém uma ligação intrínseca com a origem geográfica, sendo esta responsável, de forma essencial ou exclusiva, por suas características ou qualidades únicas (Silva *et al.*, 2014).

Quando adequadamente estruturada, a IG tem o potencial de valorizar e proteger produtos e serviços, tanto a nível nacional quanto internacionalmente, promovendo o turismo na região, valorizando os produtos e protegendo-os contra a imitação (Maués; Richartz, 2021).

São João del-Rei é conhecida por suas ruas antigas e seu casario colonial, marcada pela religiosidade, cultura e tradição. Uma das representações desta tradição são-joanense é o artesanato em estanho, sendo um importante produto regional, pois “As peças em estanho são uma expressão de um patrimônio imaterial

relacionado ao saber-fazer artesanal, com as características identitárias e culturais próprias da cidade de São João del-Rei” (Revista A Lavoura, 2015).

Na busca da proteção para esta IG, a Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei (AAPE) organizou-se juntamente com outras entidades, como a Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), para o registro da IG das Peças Artesanais de Estanho. Em 07/02/2012, foi deferido o registro IG 201010 de Indicação de Procedência para peças artesanais em estanho (INPI, 2012).

As indicações geográficas têm potencial de desenvolver as regiões nas quais estão inseridas, podendo beneficiar toda a cadeia produtiva, promovendo os produtos com a criação de valor local, beneficiando a comunidade (Dupim, 2015; Pellin, 2019). Assim, esperava-se que a conquista do selo de indicação de procedência das peças artesanais de estanho em São João del-Rei gerasse um desenvolvimento econômico local com reflexo no volume de vendas e faturamento das fábricas de objetos de estanho, e conseqüentemente no turismo, hotelaria, restaurantes, museus, etc.

Entretanto, o registro da IG não cria por si só os direitos do seu titular, pois estes já devem existir anteriormente à formalização da IG, ou seja, o reconhecimento da notoriedade do território deve ser resultado de uma construção geograficamente histórica, não bastando somente o reconhecimento oficial (Campos, 2018; Reis, 2015).

A presente pesquisa buscou analisar as percepções dos artesãos sobre os resultados do registro da primeira Indicação de Procedência de São João del-Rei, nos seus dez anos de existência, na tentativa de responder a seguinte pergunta: A obtenção do registro da IG para peças artesanais de estanho efetivamente gerou os benefícios esperados pelos produtores do artesanato em estanho são-joanense?

Para responder a esta questão, este trabalho buscou conhecer os desdobramentos que ocorreram após o registro da Indicação de Procedência de São João del-Rei, a partir das percepções dos produtores de artesanato em estanho são-joanense.

A estrutura deste trabalho está organizada da seguinte forma: a primeira seção é exatamente esta introdução, na qual é apresentada a justificativa e os objetivos desta pesquisa. A segunda seção trata do referencial teórico, que aborda a definição e importância da IG, sua previsão na legislação brasileira e os desafios da

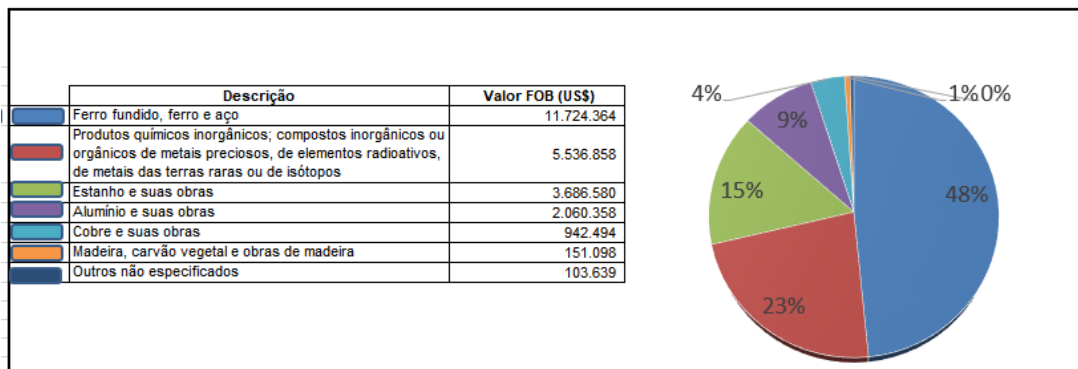
IG após a obtenção do registro. A terceira seção detalha os procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho. Na quarta seção, são apresentados os resultados e as discussões a partir dos dados coletados. Finalizando, a quinta seção contempla as considerações finais deste trabalho.

1.1 JUSTIFICATIVA

A Indicação geográfica é um tipo de propriedade intelectual que visa garantir proteção legal para o nome geográfico que adquiriu notoriedade como centro de extração ou produção de produtos e serviços que apresentam qualidades diferenciadas devido às influências do meio geográfico de origem. Segundo Cerdan *et al.* (2014); Pellin (2019); Valente *et al.*(2012), geralmente os espaços protegidos pela IG são beneficiados com a possível geração de empregos, melhor qualidade de vida para os produtores e empregados, estímulo para que filhos e parentes possam continuar na atividade, além de afetar positivamente outros setores da economia, como o turismo.

No contexto específico de São João del-Rei, de acordo com os dados do Boletim do Comércio Exterior (BCE) do Núcleo de Ensino, Pesquisa e Extensão em Economia (NEPE/UFSJ), no primeiro trimestre de 2023, as exportações são-joanenses relativas a estanho e suas obras totalizaram 3.686.580 dólares, representando 15% do total exportado (Figura 1), sendo assim o terceiro maior produto são-joanense em termos de exportação. No mesmo período, as importações desse produto totalizaram 378.958 dólares (NEPE/UFSJ, 2023).

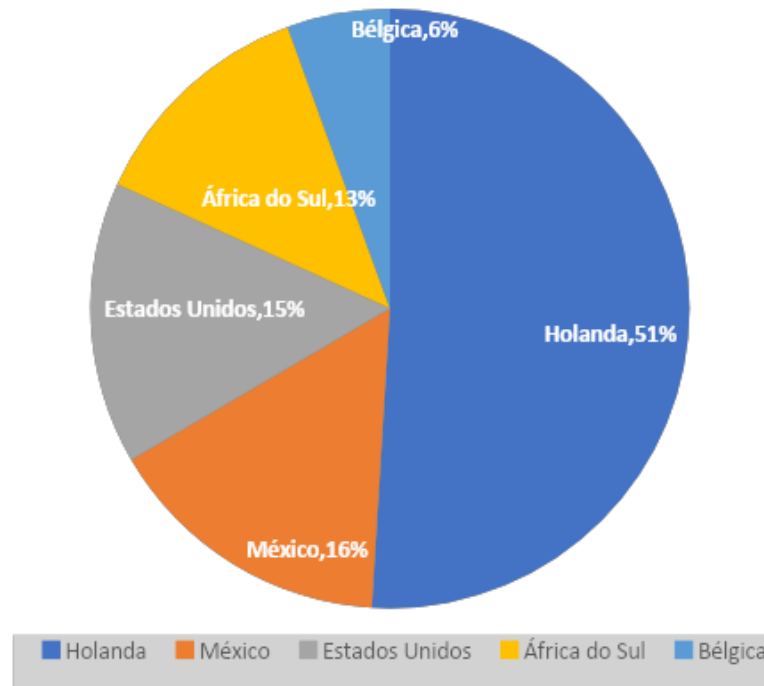
FIGURA 1 — Produtos exportados por São João del-Rei no primeiro trimestre de 2023



NEPE/UFSJ, 2023 Adaptado pelo autor.

Assim, o produto estanhos e suas obras tiveram um superávit comercial superior a 3.300.000 dólares, o que demonstra que a produção do estanho em São João del-Rei transforma o estanho, matéria-prima, em um produto com alto valor agregado, sendo que os principais destinos desse produto foram Holanda, México, Estados Unidos, África do Sul e Bélgica (Figura 2).

FIGURA 2 — Destinos de estanho e suas obras são-joanense no primeiro trimestre de 2023



Elaborado pelo autor com dados do Comex Stat (2023)

Conseqüentemente, a produção de peças artesanais em estanho de São João del-Rei, por apresentar um design colonial que reforça a identidade cultural da cidade, trazendo a representação de São João del-Rei (Silva *et al.*, 2006), desempenha um importante papel na economia local, gerando empregos diretos tanto na fabricação das peças quanto nas lojas das fábricas.

Portanto, conhecer os resultados do registro da IP das Peças de Estanho de São João del-Rei, identificando possíveis benefícios e desafios na gestão da IP, pode gerar conhecimento sobre as ações que devem ser tomadas após o registro da IG, o que certamente levará a resultados mais benéficos aos produtores, consumidores e a toda comunidade. Em relação ao PROFNIT, este trabalho aborda a discussão sobre as IGs como um instrumento de proteção legal relacionada à propriedade intelectual. Vale destacar que o tema está inserido na área de concentração e nas linhas de pesquisas do PROFNIT e do Projeto Integrador: Indicação geográfica e marcas coletivas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar os benefícios e desafios percebidos pelos produtores após a obtenção do registro da Indicação de Procedência (IP) São João del-Rei — Peças artesanais em estanho, de modo a identificar as contribuições geradas pela Indicação Geográfica.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Analisar o uso da IG pelos produtores de peças de estanho de São João del-Rei;
- b) Identificar se no período de 10 anos, a IG trouxe resultados positivos (percebidos pelos produtores) sobre o faturamento e volume de vendas dos produtores;
- c) Analisar a percepção dos empresários sobre as vantagens e desafios do uso do selo da IG;
- d) Analisar a percepção dos empresários sobre quais ações poderiam ser tomadas para que a IG gerasse os resultados desejados quando do seu registro.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este referencial teórico está dividido nos seguintes itens: na primeira parte, buscou conhecer a definição e a importância da indicação geográfica; a segunda parte trata da indicação geográfica na legislação brasileira; a terceira parte trata dos desafios da indicação geográfica após a obtenção do registro. E as quartas e quintas partes deste referencial teórico abordam sobre as ferramentas da administração, análise SWOT e Modelo de Negócios Canvas, respectivamente, que foram utilizadas na análise da situação da AAPE e do artesanato em estanho de São João del-Rei.

2.1 DEFINIÇÃO E IMPORTÂNCIA DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Como um instituto do direito de propriedade intelectual, a Indicação geográfica (IG) é um signo de proteção que vem sendo cada vez mais utilizado para a proteção do nome geográfico (território) que adquiriu notoriedade como centro de produção ou extração de produtos e serviços que, devido a sua origem, apresentam características e qualidades que os diferenciam de seus similares disponíveis no mercado. “Essas características, típicas, diferenciadas, as quais não são encontradas em produtos equivalentes feitos em outras regiões sustentam a compreensão do significado deste signo distintivo de origem” (Vieira; Zilli; Bruch, 2016, p. 143–144).

A construção da IG acontece no decorrer da história, a partir do momento em que produtos que apresentavam qualidades particulares resultantes de sua origem começaram a ser percebidos no mercado, dando origem a um processo de valorização desses produtos através da indicação geográfica, pois apresentavam qualidades em virtude da região produtora (Pellin, 2019; Reis, 2015). Para Cerdan *et al.* (2014), estes produtos apresentavam qualidades diferenciadas, nem melhores ou piores, porém típicas, não encontradas em produtos similares feitos em outras localidades. Desta forma, o nome da região de origem do produto passa a fazer parte da denominação do produto, fazendo-o reconhecidamente especial em relação a seus similares concorrentes, dando-lhe notoriedade.

Ainda de acordo com Cerdan *et al.* (2014), a primeira manifestação estatal na proteção de uma IG, aconteceu em 1756, em Portugal, para o vinho “do Porto”,

quando o vinho em questão havia ficado famoso e produtores de outros locais começaram a utilizar a denominação “do Porto”, prejudicando as exportações do verdadeiro vinho do Porto para a Inglaterra. Diante desse cenário, Marquês de Pombal, Primeiro Ministro do Reino Português à época, organizou os produtores na Companhia dos Vinhos do Porto, determinou a delimitação da área de produção, bem como a descrição exata do produto e as regras para a sua produção e mandou registrar legalmente por Decreto o nome Porto para vinhos, dando origem à primeira Denominação de Origem.

As Indicações Geográficas têm um impacto positivo na promoção socioeconômica e cultural das regiões, pois possibilitam uma melhor distribuição do valor agregado em toda a cadeia produtiva, desde o produtor da matéria-prima até o fabricante final do produto. Além disso, a IG beneficia indiretamente outros setores econômicos, como o turismo e a gastronomia, além de estimular a diversificação da produção, que favorece a preservação da biodiversidade, dos saberes locais e de recursos naturais (Maiorki; Dallabrida, 2015; Valente *et al.*, 2012).

A IG pode ser considerada o mais social dos direitos de propriedade industrial, pois visa a favorecer a toda a comunidade, assim, por ter sua titularidade coletiva, ao ter suas vantagens exploradas por um produtor, todos os demais acabam sendo beneficiados (Pellin, 2019). Por ser um direito de uso coletivo, a IG pode ser utilizada com exclusividade por todos os produtores instalados na região geográfica delimitada, sendo desta forma uma ferramenta de valorização e preservação das qualidades (Vieira; Zilli; Bruch, 2016).

Um diferencial da IG em relação às marcas e às patentes é que o registro da IG não tem um prazo de validade definido, pois não existe na legislação brasileira nenhum dispositivo legal ou normativo que defina o prazo. Porém, conforme Campos (2018, p. 141), “Como o registro depende da vinculação entre o meio geográfico e o produto ou serviço a ser assinalado, essa relação deve subsistir para que o registro permaneça fundamentado e justificado”.

Para Medeiros e Passador (2022), a aceitação de um produto com IG pelo consumidor, cujo processo de produção é limitado territorialmente e sua qualidade é proveniente do local de origem, legitima a qualidade do produto.

De acordo com Dupim (2015), o reconhecimento da IG facilita a comercialização dos produtos, pois o consumidor relaciona as qualidades do produto à especificidade da origem. Isso é sustentado pela perspectiva de Zhan, Liu e Yu

(2017), que consideram a IG como uma categoria de identificação utilizada pelos consumidores como meio para avaliar os produtos. Essa caracterização dos produtos aumenta a confiança dos consumidores nos produtos que adquirem. E quanto mais confiável é a origem do produto, mais forte é sua participação no mercado, o que o torna mais apreciado pelos consumidores que os similares dentro de suas categorias.

Para Cerdan *et al.* (2014), o registro da IG pode gerar para o produtor satisfação ao ver seus produtos comercializados com valorização e reconhecimento de seu território; menor concorrência com produtos de preços e qualidades inferiores, pois a IG promove os produtos típicos no mercado; aumento do valor agregado do produto; melhoria da comercialização dos produtos por meio de uma identificação especial e promoção de produtos típicos; confiança no consumidor em relação à autenticidade dos produtos.

Já o consumidor é beneficiado, pois a IG promove a melhoria da qualidade dos produtos através dos controles de produção, permite a identificação do produto nas etapas de produção, fabricação e elaboração, cria confiança de que o produto com o selo da IG apresenta qualidade e características determinantes (Cerdan *et al.*, 2014).

Para a sociedade, a IG pode estimular investimentos na área geográfica, permite o combate à fraude, contrabando e a contrafação, facilita as exportações, protegendo os produtos de concorrência desleal (Cerdan *et al.*, 2014).

Para Maiorki e Dallabrida (2015), a IG é uma importante estratégia para o desenvolvimento local, na medida em que beneficia indiretamente outros setores da economia, apesar de a IG ser de uso exclusivo dos detentores do direito de uso do selo. E Pellin (2019, p. 67) considera a IG como “importante ferramenta para desenvolvimento regional ao permitir que regiões promovam produtos através da autenticidade da produção ou peculiaridades ligadas à sua história, cultura ou tradição”.

As IGs têm o potencial de contribuir para a organização e proteção do valor intelectual ou sociocultural único que é incorporado nos conhecimentos tradicionais ou nas habilidades artesanais, as quais representam formas preciosas de expressão para uma determinada comunidade. Dessa forma, as IGs podem favorecer a estruturação de mecanismos que assegurem o reconhecimento e a salvaguarda

desses saberes, bem como a valorização e a promoção de sua importância histórica e cultural (Giovannucci *et al.*, 2009).

Apesar de todas estas vantagens que podem ser geradas por uma IG, alguns autores consideram que esses benefícios não serão automaticamente atingidos somente pelo registro Vieira, Zilli e Bruch (2016, p. 152) ressaltam que:

uma IG por si só não garante resultados mercadológicos e de competitividade, nem para as empresas nem para a região. É necessária a gestão de variados elementos para a aquisição e agregação dos valores distintivos aos produtos e serviços.

Reis (2015) considera que os impactos da IG somente ocorrerão se a IG realmente existir de fato, ou seja, a notoriedade do produto já tiver sido “construída socioambiental e geográfica-historicamente. Não basta só o discurso oficial” (Reis, 2015, p. 31). De acordo com Campos (2018), a concessão do registro da IG não cria os direitos do titular do registro, que já devem existir anteriormente à formalização, pois o registro tem o caráter declaratório, assim, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) apenas atesta uma situação já existente, a notoriedade construída social e geograficamente no decorrer da história.

Para Giovannucci *et al.*, (2009), o sucesso da IG é comumente alcançado após décadas e exige perseverança e dedicação constante. Esse processo pode implicar em gastos significativos, não somente com estruturas organizacionais e institucionais, mas também com requisitos operacionais contínuos, como marketing e conformidade legal.

Desta forma, devido à IG, por si só, não ser capaz de gerar os benefícios mercadológicos e de competitividade, Filippis *et al.* (2022) ressaltam que os formuladores de políticas territoriais devem dar importância fundamental ao posicionamento das IGs nos mercados internacionais e em acordos internacionais, com políticas que apoiam os ativos locais, como a cooperação, o empreendedorismo e vínculos institucionais, para preservar os sistemas produtivos integrados e estimular ações coletivas.

A utilização das IGs pode ser uma estratégia eficaz para diferenciar os produtos originados por comunidades locais no mercado, ao agregar valor cultural e ambiental e oferecer ao consumidor uma marca única de sua autenticidade, beneficiando-se de nichos específicos de mercado. Contudo, é importante ressaltar

que tais instrumentos devem estar integrados a uma política de desenvolvimento territorial, social e humano que leve em consideração a rica diversidade cultural e valorize os produtos e serviços especializados que esta diversidade pode gerar e produzir (Rocha; Boscolo; Fernandes, 2015).

No contexto brasileiro, o registro de IGs é realizado pelo INPI, de acordo com as disposições da legislação brasileira. No próximo tópico será abordada a legislação brasileira relacionada à Indicação Geográfica.

2.2 A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

A Indicação Geográfica no Brasil é prevista na Lei 9.279 de 14 de maio de 1996 — Lei de Propriedade Industrial (LPI), que regula os direitos e obrigações referentes à propriedade industrial. Em referência à IG, a LPI prevê em seu inciso IV do Artigo 2º a repressão às falsas IGs, e o Título IV da LPI é que realmente versa sobre as IGs. Em seu Artigo 176, a LPI não define o que é a IG, mas simplesmente diz que a IG é constituída pela indicação de procedência ou a denominação de origem, conforme o texto legal “Art. 176. Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem” (Brasil, 1996). Já os artigos 177 e 178 da LPI trazem as definições de indicação de procedência e denominação de origem, respectivamente, conforme o texto legal:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência 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.

Art. 178. Considera-se denominação de origem 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).

A IG ainda é tratada nos artigos 179 a 182 da LPI, sendo que no artigo 179 a lei garante a extensão da proteção da IG à sua representação gráfica ou figurativa e também à “representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica” (Brasil, 1996). O artigo 180 define que quando o nome geográfico ficar de uso comum na designação de produto ou serviço, não será considerado IG. O artigo 181 da LPI define que poderá servir de

elemento característico de marca, desde que não induza falsa procedência, o nome geográfico não constituído como IG. No Título IV - das Indicações geográficas na LPI, o artigo 182 ainda define que o uso da IG fica restrito aos produtores e prestadores de serviços estabelecidos no local e no caso da DO ainda se exige que os requisitos de qualidade sejam atendidos. E o parágrafo único do artigo 182 define o INPI, como o Órgão responsável por estabelecer as condições de registro das IGs.

Em conformidade com o parágrafo único do artigo 182 da LPI, o INPI publicou em 12/01/2022 a Portaria/INPI/PR nº 04, de 12 de janeiro de 2022, que “Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas, dispõe sobre a recepção e o processamento de pedidos e petições e sobre o Manual de Indicações Geográficas” (INPI, 2022). Com esta Portaria, o INPI consolida os atos normativos editados pela Autarquia, relativos ao registro de IGs, estabelecendo, no capítulo II, as formas e regras para o peticionamento. As condições para o registro são estabelecidas no Capítulo III, cabe aqui ressaltar o parágrafo 4º do Artigo 9º, que cita que um nome geográfico, para ser considerado como conhecido, deve ser expressamente mencionado por diferentes fontes: “§4º Para fins de Indicação de Procedência, considera-se que o nome geográfico tornou-se conhecido quando expressamente mencionado, por diferentes fontes, como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço assinalado.” (INPI, 2022). Já o parágrafo 5º desse mesmo artigo trata das Denominações de Origem, definindo os fatores naturais e humanos que influenciam nas qualidades do produto:

§5º Consideram-se as seguintes definições para fins de Denominação de Origem:

I – Fatores naturais são os elementos do meio geográfico relacionados ao meio ambiente, como solo, relevo, clima, flora, fauna, entre outros, e que influenciam as qualidades ou características do produto ou serviço;

II – Fatores humanos são os elementos característicos da comunidade produtora ou prestadora do serviço, como o saber-fazer local, incluindo o desenvolvimento, adaptação ou aperfeiçoamento de técnicas próprias;

III – Qualidades são os atributos tecnicamente comprováveis e mensuráveis do produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços; e

IV – Características são traços ou propriedades inerentes ao produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços. (INPI, 2022).

Ainda no Capítulo III, a Portaria trata dos termos não suscetíveis de registro, dos requerentes e usuários do registro, do pedido de registro, do exame preliminar, do exame de mérito, da decisão, das alterações do registro, da alteração do nome

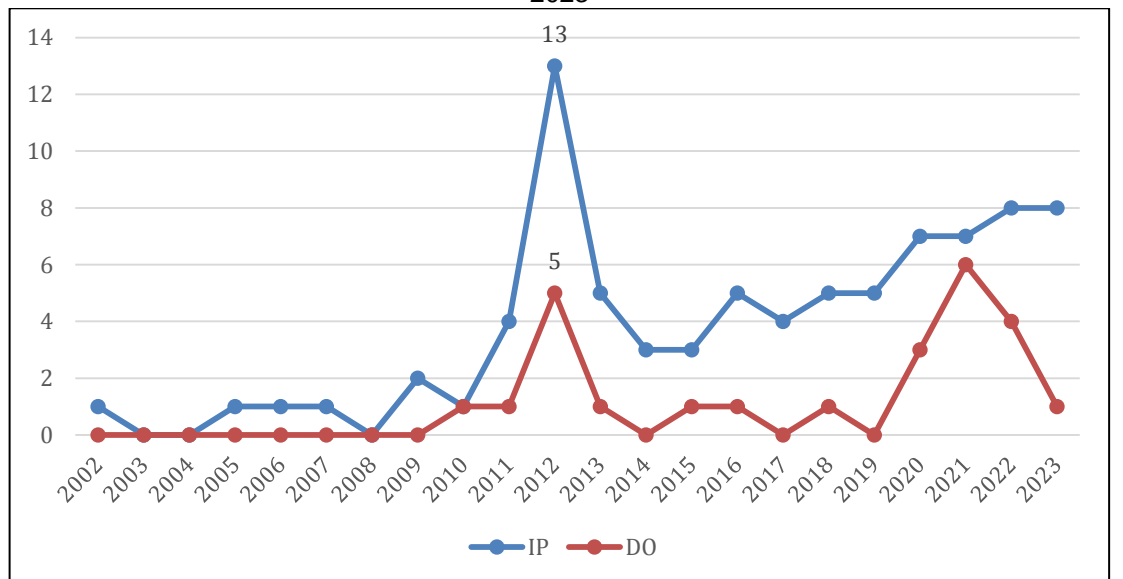
geográfico, da alteração da área geográfica, da alteração do caderno de especificações técnicas, da alteração da espécie, do exame do pedido de alteração de registro e dos pedidos de recurso.

O Capítulo IV trata do Manual de Indicações Geográficas, que conterá orientações para a correta formalização dos pedidos e as diretrizes e procedimentos utilizados na análise dos pedidos de IGs, em conformidade com o previsto na LPI. O capítulo V refere-se às disposições transitórias.

De acordo com os dados constantes no site do INPI,¹ até o mês de novembro de 2023, existiam 109 registros de indicações geográficas nacionais, sendo 84 Indicações de Procedência e 25 Denominações de Origem (Figura 3).

A primeira IG brasileira, a IP Vale dos Vinhedos, foi reconhecida em 2002, e a primeira DO brasileira foi registrada em 2010, a DO Litoral Norte Gaúcho para o produto arroz. O ano de 2012 foi o ano que teve o maior número de registros de IGs brasileiras, com 5 DOs e 13 IPs.

FIGURA 3 — IGs nacionais registradas anualmente pelo INPI no período de 2002 a novembro de 2023



acumulado/ ANO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3
IP	1	1	1	2	3	4	4	6	7	11	24	29	32	35	40	44	49	54	61	68	76	84
DO	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	7	8	8	9	10	10	11	11	14	20	24	25

Elaborado pelo autor com dados do INPI (2023).

¹ <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>

O Estado de Minas Gerais conta com 19 IGS registradas, sendo 5 DOs e 14 IPs. A região do Campos das Vertentes em Minas Gerais está incluída em 1 DO, a da Região da Própolis Verde de Minas Gerais e em 4 IPs, a de São João del-Rei para peças artesanais em estanho, o Biscoito de São Tiago, o café do Campo das Vertentes e a de Artesanatos têxteis produzidos por tear manual e produção manual de Resende Costa. O município de São João del-Rei está incluído dentro da área delimitada da DO da Região da Própolis Verde de Minas Gerais e das IPs de São João del-Rei para peças artesanais em estanho e a do café do Campo das Vertentes.

2.3 DESAFIOS DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA APÓS O REGISTRO

A IG é vista como uma importante ferramenta no estímulo ao desenvolvimento regional, permitindo que as regiões promovam seus produtos, destacando a autenticidade de sua produção ou as peculiaridades relacionadas à sua história, cultura ou tradição (Pellin, 2019). Porém, o reconhecimento de uma IG não deve ser visto como uma finalidade, pois o registro é só a primeira etapa de um processo. A obtenção do registro de uma IG não é uma tarefa complexa, mas o maior desafio é a sua regulamentação e transformação em um instrumento de desenvolvimento (Cruz; Hespanhol, 2018).

Segundo Cerdan *et al.* (2014), os efeitos da IG no desenvolvimento local dependem de vários elementos internos e fatores externos ao sistema de IG. Algumas experiências possibilitaram a identificação dos fatores-chave para o sucesso de uma IG:

- Uma organização de produtores e de agentes territoriais, sensibilizada e preparada (capacitação) para promover e proteger o seu produto;
 - Produto(s) com reputação e/ou características valorizadas nos mercados - os consumidores serão capazes de reconhecer essa diferença;
 - Potencial de coordenação na cadeia produtiva (incluindo se possível os diferentes elos da cadeia);
 - Apoio financeiro e técnico nas fases iniciais de reconhecimento e implantação da iniciativa e no manejo das IG;
 - Uma promoção nacional do conceito de IG;
 - Uma organização das leis de fiscalização em nível federal e estadual, bem como estudos no sentido de preservar a tipicidade dos produtos;
 - Políticas públicas voltadas para o reconhecimento e manutenção das IG;
- (Cerdan *et al.*, 2014, p. 53).

As ações de gestão e da promoção após o reconhecimento da IG exigem um grande esforço e comprometimento contínuo dos atores locais, podendo implicar em custos significativos (Cerdan *et al.*, 2014; Giovannucci *et al.*, 2009). Desta forma, após o reconhecimento da IG, são percebidos vários desafios que devem ser continuamente trabalhados para que a IG obtenha sucesso.

Um dos principais desafios das IGs após o registro, que se refere ao fator-chave promoção nacional do conceito de IG, é a falta de conhecimento por parte dos consumidores a respeito das IGs. É, portanto, fundamental o desenvolvimento de estratégias para ampliar a compreensão delas, promovendo sua popularização e conseqüentemente o seu consumo, permitindo, assim, que os consumidores obtenham informações mais detalhadas sobre a origem e o processo de produção (Pellin; Vieira, 2016).

Para Chimento e Fernandes (2016), o desconhecimento público sobre a IG é um dos desafios que precisam ser enfrentados para que a IG se transforme em realidade nas diversas regiões brasileiras. Mascarenhas e Wilkinson (2014) observam que a falta de conhecimento do conceito de IGs e os preços mais altos dos produtos com IG limitam seu alcance a uma parcela específica da população, pois a maior parte dos consumidores se encontra em camadas de renda baixa. Essa realidade impacta no desenvolvimento da IG.

Outro desafio verificado no pós-registro é conseguir o apoio das instituições que participaram na fase de obtenção do registro. Em seu estudo, Vieira *et al.* (2019) observaram que, na realidade brasileira, o suporte institucional oferecido às IGs se concentra na fase de registro, e que, após obtido o registro, o acompanhamento e o suporte posteriores são limitados. Este desafio refere-se ao fator-chave apoio financeiro e técnico nas fases iniciais de reconhecimento e implantação da iniciativa e o manejo da IG.

A divulgação dos produtos da IG é outro desafio, cabendo à associação detentora do registro divulgar a IG, informando aos consumidores as características específicas do produto, as condições de sua produção e como essas informações são garantidas (Cerdan; Bruch; Vitrolles, 2014).

Ademais, a divulgação da IG representa um desafio contínuo, sendo crucial que os consumidores conheçam o significado da IG e que este conhecimento influencie suas decisões de compra. Assim, a divulgação desempenha um papel de extrema importância na conversão do potencial da IG nos benefícios esperados para

os produtores, consumidores e para toda a sociedade, conforme observado por Franco, Bruch e Matei (2023).

Pellin e Vieira (2016) observam que outro desafio após o registro da IG refere-se aos elevados custos para participação de eventos que promovam o território, que poderiam ser considerados como estratégias para popularizar as IGs. No Brasil, há uma falta de linhas específicas de financiamento tanto para a gestão quanto para pesquisas nas agências de fomento.

Após o reconhecimento da IG, outro desafio a ser superado é a manutenção da organização detentora da IG, com a participação ativa de seus associados nas discussões e estratégia de ações, visando a promoção e proteção de seus produtos, conforme observado por Pellin e Vieira (2016).

A entidade representativa que detém o registro da IG desempenha um papel fundamental na preservação desse direito após sua obtenção, tendo grande importância na administração de um patrimônio reconhecido pela IG (Carls, 2015). Assim, a associação que representa os produtores deve estar devidamente legalizada e ativa para articular a participação dos atores da IG e dos membros que compõem a IG.

Outros desafios relacionados por Vieira *et al.* (2019) são relativos à gestão da IG, como dificuldades em se cumprir as regras do Caderno de Especificações Técnicas e o controle dessas regras.

Assim, o registro da IG não pode ser considerado um fim em si mesmo, mas uma etapa de um processo mais amplo e contínuo.

2.4 ANÁLISE SWOT





Neste trabalho emprega-se a Matriz SWOT como forma de facilitar a apresentação da avaliação dos ambientes interno e externo da Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei (AAPE). A análise SWOT é uma ferramenta clássica da administração, acredita-se que tenha sido desenvolvida por professores da Universidade de Stanford na década de 1960, com base na análise das 500 maiores empresas estadunidenses. A análise SWOT, assim como qualquer ferramenta clássica da administração, foi pensada para o contexto das

grandes empresas e só mais tarde passou a ser utilizada em outras situações (Nakagawa, 2011).

A ferramenta, geralmente, é utilizada para avaliar a posição e a capacidade competitiva de uma organização. Sua sigla representa as palavras em inglês *Strengths* (pontos fortes / forças), *Weaknesses* (pontos fracos / fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças), sendo também conhecida como FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças). Os pontos fortes e os pontos fracos referem-se ao ambiente interno, enquanto as oportunidades e as ameaças são relativas ao ambiente externo (Sertek; Guindani; Martins, 2009).

A aplicação da análise SWOT consiste em um diagrama visual (Figura 4) que simplifica e objetiva o estudo das forças e fraquezas da organização, permitindo a identificação de fatores positivos e negativos em diversos contextos, proporcionando uma compreensão mais abrangente e transparente do cenário organizacional. Além disso, a análise SWOT permite uma avaliação da posição estratégica, o aprimoramento de serviços e produtos, *insights* para a resolução de problemas, identificação de oportunidades, suporte a tomada de decisões estratégicas, priorização de ações e estratégias e promoção de parcerias (SEBRAE, 2023).

FIGURA 4 — Modelo de Matriz SWOT

Matriz SWOT	Contribui para a estratégia da empresa	Dificulta a estratégia da empresa
Ambientes Internos	S: Pontos fortes da empresa 	W: Pontos fracos da empresa 
Ambientes Externos	O: Oportunidades para a empresa 	T: Ameaças para a empresa 

Fonte: Leite e Gasparotto (2018, p.189)

De acordo com Paiva e Guerra (2021), a metodologia proposta por essa ferramenta consiste na classificação e análise dos dados coletados, os quais são categorizados como pontos fortes e fracos, considerando tanto o ambiente externo quanto o interno que englobam as organizações.

Ainda de acordo com Paiva e Guerra (2021), em relação à segmentação em ambientes proporcionado pela análise SWOT, o ambiente interno é diretamente influenciado pelas estratégias de gestão da organização, considerando as forças e as fraquezas. As forças são elementos internos que conferem vantagens competitivas à organização, como a qualidade dos produtos, a *expertise* dos colaboradores, a reputação da marca, entre outros. As fraquezas, por sua vez, são os aspectos internos que podem afetar a gestão e a competitividade da organização, tais como problemas de comunicação interna e estrutura organizacional inadequada, entre outros.

Já o ambiente externo geralmente não está sujeito a intervenção direta da organização, cabendo assim à organização o papel de manter-se sempre atualizada em relação às ameaças, que são os eventos que podem impactar negativamente o negócio, e às oportunidades que podem proporcionar vantagem competitiva à organização (Souza; Guerra, 2020).

Desta forma, a Matriz SWOT se apresenta como uma ferramenta ideal para a análise dos dados coletados neste trabalho, que, em forma de um diagrama visual, permite visualizar de forma simples e fácil as fraquezas, as forças, as oportunidades e as ameaças que se encontram no cenário da AAPE.

2.5 MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS

Adicionalmente à análise SWOT, este trabalho utilizou-se do *Bussines Model Canvas*, popularmente conhecido como canvas para facilitar a visualização do diagnóstico da situação atual da AAPE.

O canvas é uma ferramenta de planejamento estratégico, amplamente conhecida no meio empresarial, que tem como principal finalidade auxiliar na concepção e no aprimoramento de modelos de negócios, sejam eles inovadores ou já existentes (SEBRAE, 2019).

Essa ferramenta estratégica consiste em um mapa visual pré-formatado, dividido em nove blocos distintos (Figura 5). Cada bloco representa um componente específico do empreendimento, relacionados abaixo:

1. O segmento de clientes que define que grupos de pessoas ou organizações que serão o foco do negócio, quem são os consumidores mais importantes;

2. A proposta de valor que deve descrever quais produtos e serviços estão sendo oferecidos para cada segmento de clientes;

3. Os canais, que descrevem com a empresa se comunica e alcança os clientes de cada segmento;

4. Relacionamento com clientes, que deve considerar os diversos tipos de relação que a empresa pode estabelecer os clientes de cada segmento;

5. As fontes de receitas, que representa o recurso financeiro gerado a partir dos clientes de cada segmento;

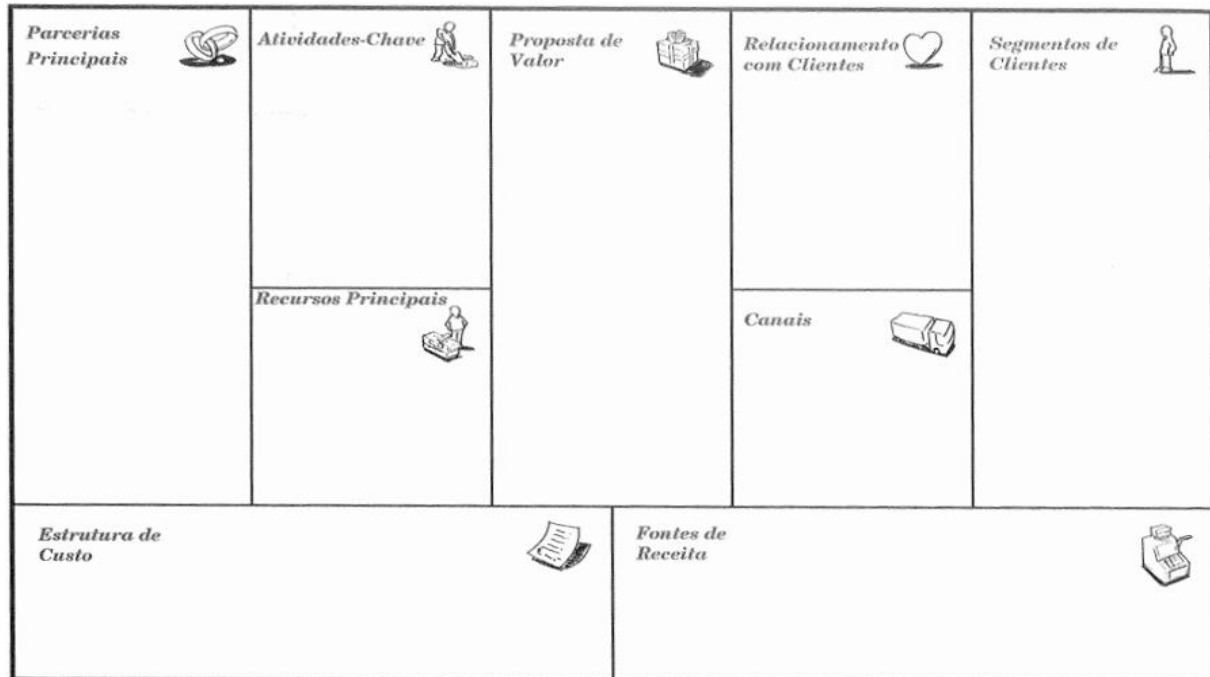
6. Os recursos principais, que devem descrever os recursos mais importantes necessários para que o modelo de negócios funcione, esses recursos podem ser físicos, financeiros, intelectuais e humanos;

7. Atividades-chave, que são as ações mais importantes a serem realizadas para que o funcionamento do modelo de negócios;

8. Parcerias principais, que se referem à rede de fornecedores e parceiros que fazem com que o modelo de negócios funcione e

9. A estrutura de custo, que são os custos necessários à operação de um modelo de negócios (Osterwalder; Pigneur, 2011).

FIGURA 5 — Mapa visual do modelo de negócios canvas



Fonte: Osterwalder; Pigneur (2011, p. 44)

De acordo com Osterwalder e Pigneur (2011, p. 14), “Um modelo de negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização”. Um modelo de negócio possibilita a visualização completa do negócio em somente uma página ou *slide*, não sendo necessária a leitura de extensos documentos para compreender as diferentes estratégias definidas. Outra vantagem significativa é que o modelo de negócios possibilita a identificação do encaixe estratégico entre as diversas áreas, o que não é viável por meio de documentos textuais (Pereira, 2012).

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida por meio de uma abordagem qualitativa de natureza descritiva e exploratória, de forma aplicada. Os estudos qualitativos permitem a compreensão particular do objeto de investigação, concentrando nas peculiaridades e buscando compreender os fenômenos dentro do contexto em que ocorrem. A pesquisa descritiva busca descrever as características de uma população ou grupos sociais, ou fenômenos, e a exploratória busca proporcionar uma maior familiaridade com o problema estudado (Marconi; Lakatos, 2022).

Já a estratégia aplicada para a pesquisa foi o estudo de caso, pois “Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos casos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento” (Gil, 2008, p. 49).

A unidade de estudo da pesquisa incluiu os empresários do artesanato em estanho e a Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei — AAPE, que é a entidade que figura como requerente no pedido do registro de Indicação Geográfica São João del-Rei para peças artesanais em estanho, que teve o registro do tipo IP publicado em 07/02/2012.

A área geográfica delimitada para a IP “São João del-Rei” coincide com a área do município de São João del-Rei, abrangendo os distritos de Arcângelo, Emboabas, Rio das Mortes, São Gonçalo do Amarante e São Sebastião da Vitória. A coleta de dados foi realizada por meio de pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas semiestruturadas, para se conhecer a percepção dos artesãos de peças em estanho sobre os resultados gerados pela Indicação de Procedência de São João del-Rei.

3.1 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Inicialmente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre Indicação Geográfica e de estudos de casos que analisaram as contribuições de IGs após a obtenção do selo de Indicação Geográfica. Para tanto, foram realizadas consultas a *websites*, livros, artigos científicos, dissertações e teses acadêmicas.

Na segunda etapa, devido à AAPE não dispor de uma sede específica e à inexistência de um *website* com informações oficiais da AAPE, realizaram-se visitas

informais a algumas lojas de artesanato em estanho. Foi através dessas visitas que se obteve informações atuais da presidência da AAPE.

Em visita à loja do atual presidente da AAPE, foram apresentados a proposta e os objetivos da pesquisa sobre o artesanato em estanho são-joanense. Com a autorização do presidente da Associação dos Artesãos em Estanho de São João del-Rei, procedeu-se à pesquisa documental, realizando um levantamento e, posteriormente, a análise dos documentos da AAPE. Entre os documentos disponibilizados, havia documentos utilizados para embasar o pedido do registro da IG que ocorreu no ano de 2010, além de atas de reuniões da Associação, ofícios, documentos relativos às auditorias feitas pelo Conselho Regulador, requerimentos de diplomação, entre outros.

A etapa seguinte consistiu em realizar o contato com os demais produtores e a posterior coleta de dados primários por meio de entrevistas semiestruturadas com questões abertas e padronizadas, aplicada aos artesãos de peças em estanho de São João del-Rei. As questões foram padronizadas a fim de se obter respostas dos entrevistados às mesmas questões, para que possam ser comparadas e reflitam as diferenças entre os entrevistados (Freire, 2021).

O questionário foi dividido em 5 categorias (Quadro 1) e contou com 29 questões abertas visando identificar as percepções dos artesãos sobre os resultados da primeira indicação de Procedência de São João del-Rei, nos dez anos após o seu registro.

QUADRO 1 — Perguntas do questionário aplicado aos empresários (continua)

Categoria	Questão
Associado	— Nome
	— Empresa
	— Cargo que ocupa na empresa
	— Desde quando é associado? Ou a empresa é associada?
	— Você participou da equipe que fez o pedido do registro da IG?
	— Há quanto tempo trabalha com artesanato em estanho? Antes de sua empresa você trabalhou com o estanho?
	— Quantos empregados diretos tem na sua fábrica? E na loja? E Qual a faixa etária de seus empregados?

--	--

QUADRO 1 — Perguntas do questionário aplicado aos empresários (continua)

Categoria	Questão
Associado	<p>— Quantas pessoas de sua família trabalham na atividade de artesanato em estanho? (desde planejamento até vendas)</p> <p>— Quais são os principais destinos de seus produtos? (cidades/estados)</p> <p>— Quais são os principais canais de venda/marketing utilizados por você?</p> <p>— Aproximadamente qual é o faturamento médio mensal de sua empresa?</p>
Expectativa	<p>— Quais são os principais motivos para ser associado a Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei – AAPE?</p> <p>— Quais eram suas expectativas quando foi reconhecido a IG de São João del-Rei?</p> <p>— Quais os benefícios você esperava com o registro da Indicação de procedência? Estes benefícios foram alcançados?</p> <p>— Que expectativas você tem atualmente para o estanho de São João del-Rei?</p> <p>— Qual a sua opinião sobre a IG de artesanato de peças em estanho de São João del-Rei?</p>
Resultados	<p>— A AAPE, ou outra entidade investiu em publicidade da IP de São João del-Rei?</p> <p>— Você percebeu aumento de visitantes (turistas) após a conquista da IG?</p> <p>— Pra você, qual é a importância do turismo na Indicação Geográfica?</p> <p>— Houve aumento de vendas após o registro da IG?</p> <p>— Você percebeu uma maior parceria com os outros artesãos/proprietários após o reconhecimento da IG?</p>

	— Você percebeu aumento na concorrência entre os artesãos?
--	--

QUADRO 1 — Perguntas do questionário aplicado aos empresários (conclusão)

Categoria	Questão
Resultados	— Para você o que falta ou faltou para que a IG gere os benefícios para os artesãos?
Uso do selo	<p>— A AAPE, realiza algum tipo de controle da qualidade dos produtos certificados? Quais?</p> <p>— Atualmente é credenciado para o uso do selo da IG?</p> <p>— Seus funcionários (vendedores) conhecem a história e importância da IG do Estanho?</p> <p>— O selo da IG é utilizado com qual frequência na sua produção? Todas as peças ou só em algumas?</p> <p>— Você percebe a valorização pelo consumidor do produto protegido pela IG?</p>
Associação	<p>— Você acha importante a existência da Associação ou acha que não faz diferença para o seu negócio?</p> <p>— Você acha que a AAPE é uma Associação forte e atuante? Caso negativo, o que você acha que está faltando para o fortalecimento da Associação?</p> <p>— Você percebeu alguma vantagem em ser associado à Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João Del Rei - AAPE?</p> <p>— A AAPE tem fonte de receita para os seus custos e para investir em divulgação?</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

As perguntas constantes do questionário aplicado aos artesãos de peças em estanho de São João del-Rei foram elaboradas com base no estudo de Maiorki (2014), que buscou avaliar a contribuição econômica no desenvolvimento territorial das IGs da Uva Goethe de Urussanga e dos vinhos de Pinto Bandeira, e no estudo de Dupim (2015), que realizou um estudo exploratório e comparativo das IGs Vale dos Vinhedos, da Região do Cerrado Mineiro e Paraty.

A pesquisa qualitativa, conforme Minayo (2014), não se fundamenta no critério numérico para a garantia da representatividade, sendo que:

Numa busca qualitativa o pesquisador deve preocupar-se menos com a generalização e mais com o aprofundamento, a abrangência e a diversidade no processo de compreensão, seja de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma política ou de uma representação (Minayo, 2014, p. 196–197).

Devem ser considerados os indivíduos sociais que têm uma maior vinculação para o problema da investigação. Desta forma, a escolha dos entrevistados aconteceu através do processo de amostragem por conveniência e não probabilístico. Segundo Gil (2008), a técnica de amostragem por conveniência deve ser usada em estudos exploratórios ou qualitativos quando não é necessário um alto nível de precisão. Esta técnica, conforme Malhotra (2019), pode ser usada em grupos focais, questionários de testes preliminares ou estudos-piloto para gerar ideias, intuições ou hipóteses.

Utilizou-se, ainda, a técnica de amostragem em bola de neve, que segundo Vinuto:

é uma forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência. [...] A execução da amostragem em bola de neve se constrói da seguinte maneira: para o pontapé inicial, lança-se mão de documentos e/ou informantes-chaves, nomeados como sementes, a fim de localizar algumas pessoas com o perfil necessário para a pesquisa, dentro da população geral (Vinuto, 2014, p. 203).

Ainda de acordo com Vinuto (2014), as sementes auxiliam o pesquisador a iniciar seus contatos e a explorar o grupo a ser investigado. Posteriormente, pede-se às pessoas recomendadas pelas sementes que indiquem novos contatos com as características desejadas.

Assim, a semente inicial da amostra deste trabalho foi o representante da empresa Faemam Estanhos, que participou da equipe que fundou a AAPE e que fez o pedido do registro da IP junto ao INPI. Em conversa informal ele indicou o presidente atual da AAPE bem como alguns produtores de artesanato em estanho de São João del-Rei.

A partir dessas informações foi possível entrar em contato com o presidente atual da AAPE, que permitiu o acesso à documentação da AAPE e indicou os produtores associados.

A população alvo deste estudo compreendeu os artesãos de peças em estanho de São João del-Rei, sendo que, inicialmente, a entrevista seria realizada com os sete associados à AAPE cujos nomes constavam em registro de participantes de reuniões da associação e que ainda têm suas empresas ativas.

Posteriormente, a partir das informações coletadas nas visitas às empresas e nas entrevistas, teve-se conhecimento de mais dois empresários que trabalham com o artesanato em estanho, mas nunca foram associados à AAPE. No mês de julho e início de agosto foi feita a tentativa de contato com estes empresários, sendo que um deles aceitou participar da pesquisa. Já com o segundo empresário, apesar de terem sido realizadas tentativas de contato inicialmente em sua loja e posteriormente por meio do telefone que nos foi passado pelo responsável pela loja, não foi possível agendar a entrevista.

Assim, as entrevistas foram realizadas com um total de 8 produtores de peças de estanho, que foram recrutados diretamente pelo pesquisador, com o apoio da AAPE.

As entrevistas foram agendadas, conforme a disponibilidade dos entrevistados, e só ocorreram após a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal de São João del-Rei, conforme Parecer Consubstanciado do CEP, com o CAAE 67883623.5.0000.5151 (Anexo 1).

As entrevistas ocorreram entre os dias 05 de julho e 15 de agosto de 2023. Antes do início das entrevistas foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) que foi assinado por cada um dos entrevistados. As conversas foram registradas por meio de um dispositivo móvel, sendo as respostas posteriormente transcritas. As entrevistas gravadas totalizaram aproximadamente 5 horas de áudio, resultando em 78 páginas de transcrições.

Na quarta etapa deste estudo foi realizada a análise dos dados obtidos nas entrevistas, por meio da técnica análise de conteúdo, que, de acordo com Minayo (2014), é geralmente usada para o tratamento de dados de pesquisas qualitativas, por ser, conforme Gerhardt e Silveira (2009), uma metodologia caracterizada pela objetividade, sistematização e inferência. A análise de conteúdo é uma técnica que faz o tratamento dos dados visando identificar o que é dito sobre determinado assunto (Vergara, 2015). A análise temática foi empregada como a abordagem de análise de conteúdo utilizada para o tratamento dos dados, pois, conforme Gil (2008), essa modalidade consiste no isolamento de temas do texto e extração de trechos úteis, de acordo com o problema da pesquisa e posterior comparação de outros textos apurados da mesma forma.

A partir da análise dos dados obtidos através das entrevistas semiestruturadas aplicadas aos artesãos e da análise documental dos arquivos da associação, procedeu-se à discussão dos resultados, que será detalhada no próximo tópico.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O objetivo desta pesquisa foi investigar a situação atual da Indicação de Procedência de São João del-Rei e analisar os resultados obtidos após uma década do seu registro no INPI, com o intuito de aprofundar a compreensão das implicações do registro de IG para uma determinada cidade, a partir da percepção dos artesãos. Além disso, almeja-se que os resultados deste estudo possam contribuir para revigorar a Indicação de Procedência do artesanato em estanho de São João del-Rei.

4.1 A TRADIÇÃO DO ESTANHO EM SÃO JOÃO DEL-REI

São João del-Rei é uma cidade histórica, situada no Estado de Minas Gerais, na mesorregião do Campo das Vertentes, distante aproximadamente a 190 quilômetros da capital mineira e fazendo divisa com os municípios de Nazareno, Conceição da Barra de Minas, Ritópolis, Coronel Xavier Chaves, Tiradentes, Santa Cruz de Minas, Prados, Barbacena, Ibertioga, Piedade do Rio Grande, Madre de Deus de Minas e Carrancas (IBGE, 2023).

A cidade é reconhecida pelo seu patrimônio cultural e religioso, sendo popularmente conhecida como cidade onde os sinos falam, pois a cidade possui muitos templos católicos construídos no período colonial. Cada um destes templos tem pelo menos um sino, que no cotidiano são-joanense transmitem informações precisas à população, como as horas, os horários das missas, o tipo de celebração que será realizada, além de identificar o tipo de celebrante (padre, bispo ou arcebispo). O sino em São João del-Rei possui tamanha importância, que antes de serem instalados nas torres, passam por um ritual conhecido como batismo do sino (Figura 6). Assim, a cidade mantém viva a tradição e a cultura nos seus três séculos de existência (Viegas, 2015).

São João del-Rei teve sua origem quando o bandeirante Tomé Portes Del Rei, no início do século XVIII, vindo de Taubaté, estabeleceu-se na localidade denominada Porto Real da Passagem, ponto este, às margens do atual Rio das Mortes, que era passagem para todas as embarcações, dando início assim, ao primeiro arraial. Em 1701, Tomé Portes Del Rei recebeu o direito de cobrança de

passagem do rio, para arrecadar tributos e controle de mercadorias. No ano seguinte, Tomé Portes Del Rei faleceu, vítima de seus próprios escravos, que o mataram a pauladas, sendo sucedido pelo seu genro, Antônio Garcia da Cunha (Gaio Sobrinho, 2006).

FIGURA 6 — Batismo do Sino “João da Cruz”



Fonte: <https://jornalismo.ufsj.edu.br/van/sao-joao-del-rei-preserva-sua-tradicao-de-cidade-onde-os-sinos-falam/>

Àquela época, São João del-Rei já tinha grande importância devido a sua localização, pois era ponto de ligação entre os sertões do Caeté e a região das minas do Carmo, Ouro Preto e Sabará (IBGE, 2023).

Nos anos de 1703 e 1704, foi descoberta a existência de ouro nos montes pelos portugueses, e alguns paulistas começaram a exploração do ouro, fazendo com que forasteiros e aventureiros comessem a migrar para a região. Em 08 de julho de 1713, o arraial foi elevado à vila de São João del-Rei, em homenagem ao rei Dom João V e a Tomé Portes Del Rei, sendo elevado à categoria de município em 08 de dezembro do mesmo ano (Gaio Sobrinho, 2006).

São João del-Rei, nestes três séculos de existência, preservou um vasto patrimônio cultural, histórico e artístico. Em 1983, o conjunto arquitetônico e urbanístico da cidade foi tombado pelo IPHAN e em 2007, foi escolhida Capital Brasileira da Cultura (Pelegriani, 2006).

Uma das muitas manifestações artísticas de São João del-Rei é o artesanato em estanho (Figura 7), que está presente na história da cidade desde o século XVIII, quando ourives e prateiros, tendo dificuldades para trabalhar com ouro e prata por terem suas matérias-primas confiscados pela Coroa portuguesa, começaram a utilizar o estanho para a produção de utensílios domésticos, litúrgicos, etc., com o surgimento dos objetos de alumínio e outros materiais ocorreu a substituição do estanho (Revista A Lavoura, 2015).

FIGURA 7 — Peças de artesanato em estanho são-joanense



Fonte: Acervo do Autor.

Até que no final dos anos de 1960, o inglês John Somers, que atuava como antiquário no Rio de Janeiro, em visita às cidades de Tiradentes e São João del-Rei, percebe que na cidade são-joanense havia mão de obra qualificada para fazer reparos nos objetos antigos de estanho e que estes quando eram recuperados vendiam muito mais rápido. Assim, em 1968 é aberta a John Somers Ltda. que começa a fazer os reparos de antiguidades em São João del-Rei. Mais tarde John Somers se torna representante de uma fábrica inglesa aqui no Brasil e traz da Inglaterra um molde para a produção de artigos de estanho (Semana Criativa de Tiradentes, 2020).

Já nos anos de 1970 o governo brasileiro interrompe as importações, o que gera uma oportunidade de negócios e a John Somers Ltda. começa a produzir as peças em São João del-Rei, fabricando com a liga *pewter* que atende às normas de

segurança e é composta por 90 a 98% de estanho, 1 a 8% de antimônio e 0,25 a 3% de cobre, mas utilizando os mesmos processos artesanais do século XVIII. A fábrica, que no início tem 7 empregados, chega a ter 150, sendo que alguns desses, mais tarde, abrem suas próprias fábricas. São João del-Rei chega a ter aproximadamente 15 fábricas de estanho nos anos 1970 e 1980, sendo este período considerado o auge do artesanato em estanho são-joanense. Segundo Gregory Somers, filho de John Somers, o artesanato em estanho são-joanense é diferenciado, apresentando cortes finos e bonitos, sendo que nenhum outro lugar do Brasil tem este tipo de produção (Semana Criativa de Tiradentes, 2020).

Em 2005, o artesanato em estanho são-joanense foi objeto de um projeto de pesquisa/extensão do Laboratório de Pesquisa e Intervenção Psicossocial (LAPIP) e do Departamento de Ciências Sociais (DECIS) da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), que contou com o apoio da Pró-Reitoria de Extensão da UFSJ e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG). O projeto tinha como objetivo:

a promoção da certificação da identidade histórico-cultural e do produto artesanal que contemplará o reconhecimento de sua pertença regional, de sua ligação às tradições e memória social e permitirá valorizar o fazer artesanal interligado à sua origem e à construção de um saber compartilhado. [...] A produção de estanho em São João del-Rei é tomada como uma tradição. O estanho é um importante produto regional, aclamado como tradição da cidade. Essa denominação de origem já designa o produto e suas características idiossincráticas tanto nacionalmente, quanto internacionalmente. São João del-Rei lembra estanho e estanho remete a São João del-Rei, e parece que sempre foi desta forma. (Silva *et al.*, 2006, p. 3 e 5).

Assim, após um processo de aproximadamente cinco anos, em setembro de 2010, a AAPE fez a solicitação do Registro da IP, tendo o sino, que é um símbolo tradicional da cidade, como inspiração para a logomarca (Revista A Lavoura, 2015), sendo publicado o Registro pelo INPI em 07/02/2012, na Revista Propriedade Intelectual de número 2.144.

Porém, aparentemente, a conquista do selo de IP não surtiu os efeitos desejados, pois, em matéria veiculada no site do G1 em 2013, segundo Gregory Somers, então presidente da Associação de Artesãos em Estanho de São João del-Rei, faltava apoio dos órgãos governamentais para a preservação do artesanato em

estanho, mas àquela época, a expectativa para os artesãos certificados era de que a situação melhorasse (G1, 2013).²

4.2 HISTÓRIA DA ASSOCIAÇÃO DE ARTESÃOS DE PEÇAS EM ESTANHO DE SÃO JOÃO DEL-REI

A fundação da AAPE (Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei) ocorreu em 16 de outubro de 2007, quando aconteceu a assembleia geral de constituição, com a participação dos representantes das nove empresas Imperial Pewter Ltda., Ame Arte Estanho Ltda., Costa Estanhos Ltda., Nolan Pewter Company Comercio Ltda., Ophicina Pewter Artefatos de Estanho Ltda., Faemam Industria e Comercio de Arte em Estanho, Marguel Ltda., Once Again Estanhos Ltda. e Berg Estanhos. Nesta data, o senhor John Gregory Walter Somers assumiu a presidência da assembleia, com o apoio dos demais participantes, sendo secretariado pelo Sr. Nilton José do Nascimento, representante da empresa Nolan Pewter Company Comercio Ltda.

Nessa mesma assembleia, ocorreu a eleição da primeira diretoria da AAPE, para o período de novembro de 2007 a novembro de 2009, composta pelo presidente John Gregory Walter Somers; Vice presidente Antônio Batista da Silva; Secretário Nilton José do Nascimento; 1º tesoureiro Fábio Raimundo dos Reis e 2º tesoureiro Mahatma Ghandy Câmara. Para o conselho fiscal, foram eleitos os senhores Márcio André Vieira, Ivan Berg Filho e Célio Luiz Giarola. E o conselho regulador da Indicação Geográfica ficou composto pelos senhores John Gregory Walter Somers, Mahatma Ghandy Câmara e Ebson Luiz Paes Pinto.

É importante mencionar que, das nove empresas envolvidas na criação da AAPE, a empresa Ame Arte Estanhos encerrou suas atividades, mas um de seus sócios abriu a empresa Estanhos Santa Clara, que passou a fazer parte da associação. Além disso, a empresa Costa Estanhos Ltda também encerrou suas atividades, sendo que o colaborador que representava essa empresa nas reuniões para a criação da AAPE abriu a empresa Del Art Estanhos. Outras duas empresas que participaram da criação da associação, Nolan Pewter Company e Berg Estanhos, também encerraram suas atividades.

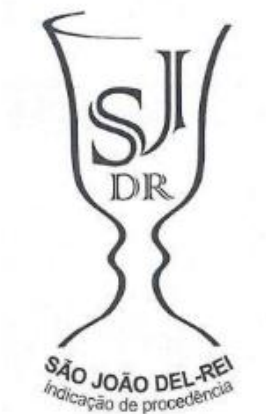
² <https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2013/10/tradicionais-em-sao-joao-del-rei-mg-pecas-de-estanho-estao-em-baixa.html>

No entanto, as raízes para a Associação já se encontravam presentes desde 2002, quando os fabricantes do artesanato em estanho são-joanense reconheceram o potencial de expandir seus negócios para além das fronteiras locais. Visando aproveitar oportunidades de mercado internacional, eles decidiram unir forças e formar um grupo para exportar suas peças para os Estados Unidos e a Argentina.

Naquela época, as fábricas de artesanato em estanho eram responsáveis por empregar um significativo número de trabalhadores metalúrgicos do município, representando cerca de vinte e cinco por cento da força de trabalho nesse setor (Vieira, 2002), demonstrando, assim, a importância da atividade para a economia local, não apenas pela geração de empregos, mas também pelo impacto econômico que o setor trazia para a cidade.

No entanto, o esgotamento das reservas de cassiterita, minério que é a fonte do estanho, na região de São João del-Rei resultou em um aumento significativo nos custos de produção das fábricas de artesanato, devido à necessidade de aquisição da matéria-prima de fornecedores que buscam o estanho na região de Rondônia (Vieira, 2002).

FIGURA 8 — Representação gráfica da IG São João del-Rei



Fonte: INPI

A imagem do selo da Indicação de Procedência do artesanato em estanho de São João del-Rei foi aprovada pelos membros da AAPE, em assembleia no dia 11 de março de 2008. Essa imagem foi inspirada no sino, que é um símbolo tradicional

da cidade. Posteriormente, a imagem foi alterada para atender à exigência do INPI (Figura 8).

A pandemia de Covid-19 impôs restrições que resultaram em impactos significativos para os empresários do setor de artesanato em estanho são-joanense, afetando também as atividades da AAPE. Conforme documentos arquivados pela associação, a última reunião dos associados documentada em ata ocorreu em 23 de outubro de 2018. Durante essa reunião, foram eleitos os seguintes membros para a diretoria da AAPE, com mandato de 2017 a 2019: José Anselmo de Sousa como presidente, Mahatma Ghandy Câmara como vice-presidente, John Gregory Walter Somers como secretário, Antônio Batista da Silva como 1º tesoureiro e Márcio André Vieira como 2º tesoureiro. Cabe ressaltar que essa é a diretoria atual e que a escolha dessa diretoria deveria ter ocorrido em 2017, porém só ocorreu em 2018, sendo que nesta data, a AAPE contava com 7 empresários associados.

4.3 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NAS ENTREVISTAS

4.3.1 Associados

Os oito entrevistados participantes desta pesquisa são proprietários ou sócios administradores das empresas, os quais também trabalham diretamente na produção do artesanato em estanho. Os entrevistados têm, em média, 34 anos de experiência nesse tipo de artesanato, variando de 19 a 53 anos de dedicação à produção do artesanato em estanho. Dentre as oito empresas em questão, sete fazem parte da AAPE desde o momento da solicitação do registro da Indicação Geográfica, enquanto uma nunca foi associada.

Uma característica marcante observada durante as visitas às empresas foi a proximidade entre as lojas e as fábricas. Em 50% das empresas visitadas, a loja compartilha o mesmo endereço da fábrica, permitindo assim que os compradores visitem a fábrica e conheçam o processo de produção dos objetos, o que pode ser um fator diferenciador e atrativo para os consumidores. É importante enfatizar que esse processo de produção artesanal é realizado exclusivamente em São João del-Rei.

Durante as visitas às lojas dos entrevistados, também foi observado que a maioria delas trabalha com produtos mais direcionados para a arte sacra ou litúrgica, produzindo castiçais, ostensórios, relicários, cálices, patenas, entre outros (Figura 9), além de oferecer produtos destinados à decoração.

Conforme relatado pelos entrevistados, os produtos do artesanato em estanho são-joanense são vendidos para todo o Brasil, principalmente a linha de arte sacra ou litúrgica. Por outro lado, a linha de produtos de decoração geralmente é enviada para os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Goiás. A venda para o mercado internacional foi mencionada por apenas dois entrevistados, que relataram mandar uma pequena quantidade para o exterior.

FIGURA 9 — Objetos de arte sacra/litúrgica em estanho.



Fonte: Acervo do Autor

Em relação à localização das lojas e fábricas, conforme Quadro 2, quatro das oito empresas visitadas estão situadas no bairro Colônia, sendo que três destas lojas estão bem próximas e todas as três têm as fábricas anexas às lojas, e uma dessas empresas também tem uma filial (loja) na vizinha cidade de Tiradentes. As outras quatro empresas optaram por instalar suas fábricas em diferentes bairros de São João del-Rei, com apenas uma delas mantendo sua loja anexa à fábrica. Duas empresas não têm lojas físicas e a outra empresa tem loja somente na cidade de Tiradentes.

QUADRO 2 – Localização das empresas

EMPRESA	Localização da fábrica	Localização da loja
Del Art Estanhos	Bairro Colônia	Bairro Colônia
Faemam	Bairro Colônia	Bairro Colônia
Marguel	Bairro Colônia	Bairro Colônia
Estanho Santa Clara	Bairro Centro	Centro histórico
Once Again Estanhos	Bairro Colônia	Não tem loja física
Imperial Pewter	Bairro São Geraldo	Tiradentes
Ophicina Pewter	Bairro São Judas Tadeu	Não tem loja física
John Somers Estanhos	Trevo da cidade de Tiradentes	Trevo da cidade de Tiradentes

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

De acordo com a literatura, um dos benefícios da Indicação Geográfica é o estímulo para que filhos e parentes possam continuar na atividade, sendo importante para a preservação dos processos de produção e transferência do saber fazer local às futuras gerações (Franco; Bruch; Matej, 2023). Assim, foi questionado sobre a existência de familiares envolvidos na atividade do artesanato em estanho e, de acordo com os entrevistados, cinco das oito empresas têm membros da família trabalhando no negócio. Em uma empresa, um familiar auxilia o entrevistado nas horas de folga. Por outro lado, duas empresas não contam com a participação de familiares. A empresa que tem mais familiares envolvidos possui aproximadamente seis familiares em atividade na fábrica e nas lojas.

De acordo com os entrevistados, em agosto de 2023, época em que foi realizada a pesquisa, aproximadamente setenta e quatro pessoas, incluindo

proprietários ou sócios e os colaboradores, trabalhavam diretamente com o artesanato em estanho na cidade, considerando as fábricas e as lojas. A empresa que tem o maior número de pessoas ocupadas tem dezoito pessoas e a menor tem somente duas.

Conforme o Quadro 3, com exceção da empresa do entrevistado 4, que tem colaboradores com idade inferior a 20 anos, as demais empresas têm colaboradores com idade superior a 40 anos, o que demonstra que os jovens não estão tendo interesse em trabalhar com o artesanato em estanho.

QUADRO 3 — Faixa etária dos colaboradores das empresas de artesanato em estanho

Entrevistado	Número de colaboradores	Número de pessoas ocupadas no estanho	Faixa etária colaboradores na produção
Entrevistado 1	11	12	de 45 a 70 anos
Entrevistado 2	3	6	Acima de 50 anos
Entrevistado 3	16	18	não informada
Entrevistado 4	Não informada	14	de 19 a 63 anos
Entrevistado 5	8	9	média de 40
Entrevistado 6	2	4	Acima de 53 anos
Entrevistado 7	7	9	Acima de 60 (tudo aposentado)
Entrevistado 8	1	2	Acima de 60
TOTAL		74	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

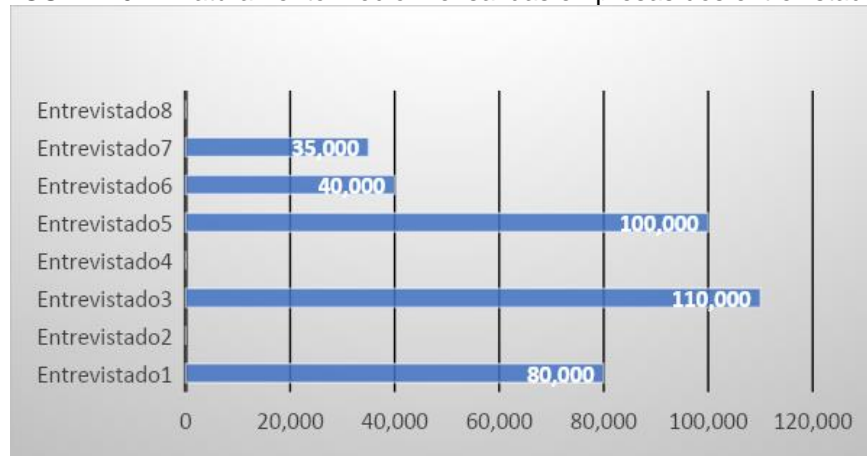
Assim, no caso da IG de São João del-Rei, percebe-se que está ocorrendo um desinteresse dos mais jovens por trabalharem com este artesanato. De acordo com o Entrevistado 1, faltam oportunidades para que pessoas mais jovens aprendam o artesanato em estanho. Já para o entrevistado 2, o estanho não está gerando emprego como ocorria antes:

Antigamente faltava mão de obra. Quando eu comecei a trabalhar no estanho, só a John Somers tinha 90 funcionários. Sempre tinha gente nova

para aprender [...]. Antigamente o estanho dava muito emprego. Nós aqui mesmo tínhamos [...]. Já tive 4 lojas, já tive 20 funcionários. E cada ano passa piorando (Entrevistado 2).

Em relação ao faturamento das empresas, com base nas informações fornecidas pelos entrevistados, percebeu-se que o faturamento médio mensal das empresas participantes da pesquisa apresenta uma variação significativa, oscilando entre R\$ 35.000,00 e R\$ 110.000,00, conforme Figura 10. Vale ressaltar que três dos entrevistados (Entrevistados 2, 4 e 8) não informaram as médias de faturamento de suas empresas, sendo que o Entrevistado 8 afirmou que "Atualmente, tem meses que não dá nem para pagar o aluguel e a despesa".

FIGURA 10 — Faturamento médio mensal das empresas dos entrevistados



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Quando perguntados sobre as estratégias de vendas e divulgação, todos os entrevistados relataram que utilizam a internet como um canal essencial para alcançar seus clientes e divulgar seus produtos. Além desse canal, seis empresas mantêm lojas físicas. Um dos entrevistados relatou utilizar-se somente do comércio eletrônico e a última empresa, além da internet, adotou uma estratégia diferente, participando de uma feira que acontece duas vezes ao ano, proporcionando uma oportunidade de contato com lojistas da área de decoração, de mesa-posta e de casamentos do Brasil inteiro.

4.3.2 Expectativa

Em relação aos motivos que levaram à criação da Associação, um dos entrevistados disse não ter se associado por não acreditar muito em associação, sendo que este entrevistado nunca participou da AAPE. Já os demais entrevistados citaram diversos motivos para se associarem, sendo que o registro da IG (selo), a divulgação do estanho e a certificação da qualidade dos produtos foram as mais citadas, conforme observa-se no Quadro 4, que relaciona os principais motivos citados pelos entrevistados para a criação da AAPE.

O Entrevistado 1 informou que participou da criação da Associação, pois queria reunir os empresários, acreditando que seria bom a existência de uma associação, conforme relato:

Na época, [...] eu estava querendo reunir os artesãos, isso aí eu acho que já seria um motivo [...] já seria um motivo colocar todo mundo junto, para todo mundo sentar, conversar. Tinha essa questão da indicação geográfica. [...], se tivesse uma associação, seria bom para todo mundo. Eu acho que... coisas poderiam vir depois. Juntar forças. A gente não pensou só no selo. A gente pensou em n possibilidades para frente. Para o pessoal ficar mais unido (Entrevistado 1).

QUADRO 4 — Motivos para fazer parte da Associação

Entrevistado	Motivos para se associar
Entrevistado 1	Juntar forças e o registro do selo
Entrevistado 2	Por causa do registro do selo
Entrevistado 3	Associativismo é fantástico, publicidade (propagação)
Entrevistado 4	Registro da IG, credibilidade ao artesanato, visibilidade (divulgação)
Entrevistado 5	Não se associou, não acredita muito em associação.
Entrevistado 6	Divulgação do estanho
Entrevistado 7	Certificar a qualidade e confiança de um produto perfeito
Entrevistado 8	Credibilidade ao produto

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Segundo Cerdan *et al.* (2014), um dos fatores-chave para o sucesso das IGs é a promoção nacional do conceito de IG para mitigar a falta de conhecimento do tema pela população. A necessidade dessa promoção também foi observada neste trabalho, sendo que o Entrevistado 4 relata ter percebido a falta de conhecimento sobre a IP do estanho de São João del-Rei, inclusive entre os são-joanenses.

Conforme observa-se no Quadro 4, três entrevistados citaram a divulgação ou a visibilidade do estanho como motivo para se associarem. Um desses entrevistados informou que o motivo para se associar “era a divulgação do estanho” (Entrevistado 6). Para Entrevistado 4 o motivo era:

Melhorar a visibilidade do artesanato. Tanto nacional, regional, até mesmo São João del-Rei, tem muitos habitantes de São João del-Rei que nem sabem da história do artesanato do estanho (Entrevistado 4).

E para o entrevistado 3, “[...] associativismo é fantástico quando funciona bem. Se você tiver apoio técnico, se você tiver, a propagação que eles indicam que vão fazer, [...] Então, eu achava uma boa ideia.”

Entre os benefícios que devem ser gerados pela IG, de acordo com a literatura, estão a legitimidade da qualidade do produto cujo processo de produção é limitado territorialmente (Medeiros; Passador, 2022), a facilitação da comercialização dos produtos (Dupim, 2015) e a categorização de identificação dos produtos com IG que aumenta a confiança dos consumidores (Zhan; Liu; Yu, 2017). Estes benefícios também eram esperados pelos entrevistados que citaram como motivos para se associarem o registro do selo da IP e a garantia e a credibilidade proporcionada pelo selo, que foi citado por três entrevistados, como o principal motivo para a associação, conforme relatos:

Certificar a qualidade e a confiança para o meu cliente. E eu passar para o meu cliente a confiança de um produto perfeito (Entrevistado 7).

[...] eu também me interessei bem pelo assunto, porque é bom, porque dá mais garantia para a pessoa que está adquirindo nosso produto, dá mais credibilidade, porque como todo ramo de negócio, tem... um está sempre querendo puxar o tapete do outro, isso acontece muito, e aliás, mesmo com a associação, com os encontros, com as... decisões que eles tomam, isso acontece muito ainda, puxar o tapete do outro, aí ... é complicado (Entrevistado 8).

Ao serem questionados sobre as expectativas que tinham quando do registro da IG, novamente a divulgação ou propaganda foi citada por alguns dos entrevistados, como relatado pelos entrevistados:

Que a gente ia ser mais bem divulgado. Né? Por causa de ser diferenciado. Né? ter o selo né? (Entrevistado 2).

A primeira coisa que eu esperava, quando falou em registro, e falou em propaganda e tudo, era dar um “up” no turismo em São João. Nossa, São João tem um selo no estanho, que é o único no mundo, do jeito que produz. Nós somos praticamente o único no mundo. Então assim, eu acho que isso ia dar um “up”. Só que, para isso, a gente teria que ter o apoio do governo municipal, coisa que nós não tivemos (Entrevistado 1).

Pensei que ia ter, como se diz, um boom, né? No Brasil, que era para ter uma divulgação, como eles falaram, né? Você fala de whisky, logo você pensa Escócia. É que era algo deste tipo. Falar estanho, São João del-Rei [...]. Aumentar as vendas [...] Divulgar e aumentar a venda. Era o que todo mundo queria (Entrevistado 6).

Neste ponto, percebe-se uma confusão por parte dos entrevistados que esperavam a divulgação do artesanato em estanho como um resultado ou benefício do registro da IP. A literatura considera a divulgação ou comunicação da IG como um desafio a ser superado pela detentora do registro, que precisa promover os produtos da IG, comunicando aos consumidores as características específicas dos produtos, as condições de sua produção e como essas informações são garantidas (Cerdan *et al.*, 2014). Essa divulgação tem um importante papel na transformação do potencial da IG nos benefícios esperados (Franco; Bruch; Matei, 2023).

Já para o entrevistado 7, sua maior expectativa era a criação de uma marca forte para o artesanato em estanho são-joanense:

Era criar uma marca forte para o nosso estanho. Não só para o meu, para toda a associação e todos os fabricantes. Criar realmente uma marca que traz confiança. A pessoa vê essa marca aqui, você explica. E hoje eu já tenho essa confiança. No princípio não, mas devagar. Quanto mais o tempo passa, mais você vai acostumando e está vendo. Onde tem essa marca é qualidade total. (Entrevistado 7)

Essa expectativa do entrevistado 7 está alinhada com a literatura, que considera como benefícios do registro da IG a criação de confiança no consumidor

que considera que os produtos com o selo apresentam características determinantes (Cerdan *et al.*, 2014).

Embora nenhum entrevistado tenha mencionado a “guerra” da comissão dos guias ao serem questionados sobre os motivos para se associarem, durante as entrevistas, dois entrevistados trouxeram à tona essa questão como um dos fatores motivadores para buscar o registro da Indicação Geográfica.

Segundo esses entrevistados, algumas empresas costumavam e ainda pagam comissões elevadas aos guias turísticos para levarem os ônibus de turismo às suas lojas. O argumento dos guias era que o produto dessas lojas era de qualidade superior, isento de chumbo, enquanto as outras lojas que não pagavam comissões ou pagavam comissões menores ofereciam produtos de qualidade inferior, inclusive com chumbo na composição. Nesse contexto, o selo de procedência surge como uma maneira de certificar a qualidade dos produtos, tornando o argumento utilizado pelos guias facilmente refutável, conforme relatos dos entrevistados abaixo:

[...] eu fui até uma pessoa que lutei bastante pela IG, para gente conseguir mais destaque, porque na época, até hoje, a (empresa) pagava comissão muito alta para os guias, então os guias iam tudo para lá. [...], a defesa deles é que tinha chumbo. Então eu fui uma pessoa que lutei bastante [...] E por isso conseguimos, aí teve a marca, então teve a divulgação, e a gente teve que ser respeitado (Entrevistado 7).

O que acontece muito aqui no nosso ramo, por exemplo, por ser uma cidade histórica, nós dependemos do turista. Só que nós temos um problema muito grande, muito sério, há muitos anos, ... eu dava 5 (por cento de comissão), e fui obrigado a passar para 10, aí deram 15, aí eu mantinha nos 10, aí o outro manteve 15, aí minha venda caiu bastante. Aí, quando o outro montou (empresa), o outro passou a dar 20, aí foi 25, chegou a 30%. Aí o que acontece? Eu, a partir do momento que senti que aquele jogo não dava para mim, eu já descartei. Quando eles chegaram aqui, ah, 15%, não, não, pode ficar com isso, eu fiquei. Aí até ameaçaram, você vai quebrar, [...]. Às vezes o turista parava o carro aqui, o cara saía lá da firma ali do lado, vinha correndo: não, porque ele não tem essa qualidade, porque eu vou negociar ali. E assim foi, entendeu? E acontece ainda hoje. E hoje, por exemplo, mesmo com o certificado, eu não sei que conversa que eles arrumam, mesmo com o certificado [...], o turista chega aqui e começa uma conversa aqui, ah, o produto tem chumbo. Eu falo: não, toda e qualquer firma que tiver esse símbolo aqui (Diploma de Habilitação) você pode comprar com tranquilidade, com tranquilidade. É, mas o cara falou que, mesmo com o certificado... e aí ele está jogando pesado, e eles jogam pesado” (Entrevistado 8).

A partir destes relatos, observa-se que existe falta de união e parceria entre os produtores pesquisados e que a existência da associação e do registro da

Indicação de Procedência não conseguiu minimizar estas falhas. O associativismo e a participação ativa dos atores da IG são elementos cruciais para o sucesso da IG. Segundo Cerdan *et al.* (2014), a existência de uma organização de produtores e de agentes territoriais sensibilizada e capacitada para a promoção e proteção do seu produto é um dos fatores-chave para o sucesso de uma IG.

Maiorki (2014) também observou em seu estudo que o princípio associativista deve prevalecer nos processos de IG, pois é por meio da união de esforços em uma associação que se consolida a obtenção do registro da IG. E é por meio da associação que devem ser conduzidas a divulgação da IG e a análise dos produtos que podem receber o selo.

Vale ressaltar também que Dallabrida (2016) observou que um dos desafios das IGs percebidos nas experiências brasileiras é a “carência de uma cultura solidária e de associativismo” (Dallabrida, 2016, p. 199).

Os entrevistados também foram questionados sobre os benefícios esperados com o registro da indicação geográfica de São João del-Rei. Dos oito entrevistados, três deles mencionaram que tinham a expectativa de obter maior divulgação para o artesanato em estanho, conforme observa-se nos relatos transcritos:

Mas eu sempre busquei a divulgação. Eu sempre achei que seria válido a divulgação. Que o estanho teve seu auge de marca de divulgação que todo mundo queria. Ele era desejado lá atrás, quando começou, 30 anos atrás. Todo mundo queria estanho. Todo mundo gostava de estanho, e depois entrou em decadência. Então, o projeto que eu entro... A gente entra visando isso, visando a divulgação. Nem é da minha empresa, é do material. Porque se o material é divulgado e entra no gosto popular, digamos assim, todo mundo sai ganhando. Então, é uma coisa que a gente sempre buscou. (Entrevistado 2).

Depois que começou o registro, a gente viu... A gente achava que vinha uma coisa, e veio outra. Mas a gente esperava pelo menos um pouco mais de divulgação. Divulgação seria a palavra, o que iria alterar em algo. Até para o turismo. (Entrevistado 4)

Justamente isso, aumento de vendas, uma divulgação maior, era isso que todo mundo queria. Eu esperava muita coisa, de repente tombou, não foi, não vingou. A ideia era boa, mas não foi aquilo que a gente imaginava. (Entrevistado 6)

Três entrevistados, incluindo o entrevistado 6 que também mencionou a divulgação, esperavam um aumento nas vendas como benefício do registro da IG. A confiança no produto foi citada por dois entrevistados e a certificação do produto foi citada por um. Além disso, um dos entrevistados relatou que esperava a realização

de ações coordenadas pelos atores envolvidos no processo do registro da IG. E outro entrevistado disse que esperava que a IG gerasse melhores resultados para a região.

O aumento de vendas e no faturamento, esperado pelos produtores após o registro da IP de São João Del Rei está alinhado com a literatura que cita, como alguns dos benefícios após o registro da IG, o aumento do valor agregado do produto e a melhoria da comercialização dos produtos, criando confiança no consumidor em relação à autenticidade dos produtos (Dupim, 2015; Zhan; Liu; Yu, 2017).

Para sete dos oito entrevistados, as suas expectativas não foram alcançadas a partir do registro da IG. Somente um entrevistado entende que sua expectativa foi alcançada, pois o benefício que ele esperava era a certificação, conferindo credibilidade ao seu produto, conforme relato:

É o que eu tenho hoje. De ter um certificado para conversar com meu cliente. E realmente se ele entrar na internet, ele vai saber que é (a IG) do estanho (Entrevistado 7).

Um dos entrevistados, que tinha a expectativa da divulgação do artesanato em estanho, mesmo achando que o benefício esperado não foi alcançado, percebe o registro da IG como uma conquista.

Foi questionado aos entrevistados sobre as suas expectativas atuais para o artesanato em estanho são-joanense. As respostas dos produtores estão sintetizadas no Quadro 5:

QUADRO 5 — Expectativas atuais para o artesanato em estanho são-joanense

Expectativas atuais para o artesanato em estanho são-joanense	
Expectativa	Frequência de respostas
Falta de mão de obra qualificada	25,0%
Custo da matéria-prima	37,5%
Política econômica do Governo	62,5%
Diminuição do público apreciador do estanho	25,0%

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Conforme observa-se no Quadro 5, em relação às suas expectativas atuais para o artesanato em estanho, 25% dos entrevistados relataram preocupação com a

qualificação de mão de obra para o artesanato. Um dos entrevistados percebe que a falta de jovens trabalhando com este artesanato se deve muito aos próprios empresários, que têm o receio de que o colaborador aprenda o ofício e depois vá trabalhar em outra empresa.

Outra preocupação atual dos empresários, relatada por 37,5% dos entrevistados, é o custo da matéria-prima, que vem acumulando aumentos constantes. Além disso, a aquisição dessa matéria-prima tem se tornado mais difícil, tendo em vista que atualmente há somente uma empresa fornecedora instalada na cidade. De acordo com alguns entrevistados, também há alguns representantes de empresas de fora do estado que vendem estanho para os empresários do artesanato em estanho.

A política econômica também representa uma preocupação para 62,5% dos empresários do artesanato em estanho. Eles relataram que, devido ao estanho ser considerado uma commodity, seu preço sofre variações em virtude das ações governamentais. Além disso, o artesanato em estanho não é um item de primeira necessidade, além de ser caro devido ao seu alto custo de produção, depende muito do poder aquisitivo da população, conforme relato transcrito abaixo:

[...] Depende muito também do que vai acontecer daqui para frente com a política econômica, porque o estanho depende muito de como está financeiramente a população (Entrevistado 6).

De acordo com Mascarenhas e Wilkinson (2014), os preços mais altos dos produtos com IG e a falta de conhecimento do conceito de IG limitam a parcela da população que tem condições de consumir os produtos com IG:

Nos mercados domésticos, o desconhecimento do conceito de indicações geográficas e os preços mais elevados desses produtos são agravados pelo fato de que a maioria dos consumidores se situa em extratos de renda baixa ou em ascensão, o que faz com que o desenvolvimento desses mercados seja ainda incipiente (Mascarenhas; Wilkinson, 2014, p. 113).

A diminuição do público apreciador do artesanato em estanho é uma preocupação relatada por 25% dos entrevistados, que veem que o estanho não é prático para a maioria da população, na correria do cotidiano, além de não ser valorizado por jovens, o que restringe muito o estanho a um estrato da população com maior poder aquisitivo e que mantém hábitos tradicionais como fazer as

refeições em família e com mesa posta, conforme relatado pelos Entrevistados 4 e 5:

Porque os jovens não querem saber de decorar com estanho. Então a gente tem aquela faixa etária mais tradicional, conservadora, que conhece. E alguns familiares dessa, ainda conseguem manter essa tradição. (Entrevistado 4)

Eu acho que o estanho não é prático, [...]. Então eu acredito no declínio dele cada vez mais, vai ficar assim, uma demanda muito restrita, pessoas de uma classe diferente, pessoas que têm mais dinheiro. Quem almoça hoje, com mesa colocada? Com mesa posta? Que tem um jantar em casa? Você come vendo televisão ali, um sanduíche, [...]. Não cabe estanho. (Entrevistado 5)

A necessidade de uma divulgação forte do estanho foi citada pelo Entrevistado 2 como essencial para o futuro do artesanato em estanho são-joanense, conforme relato abaixo:

Eu vou continuar na mesma tecla. Divulgação. Eu acho que quando você tem divulgação, o seu produto é mais valorizado. Ainda mais que o produto é único no Brasil inteiro. [...] (Poderia) montar um site, uma página, alguma coisa de divulgação do estanho de São João del-Rei. Não precisava divulgar a (empresa). Da associação. Do estanho. Fazer uma divulgação em cima do Estanho. E forte, juntar todo mundo em prol disso, dessa divulgação. (Entrevistado 2).

4.3.3 Resultados do registro da IP

Para Valente *et al.* (2012), a IG beneficia indiretamente outros setores econômicos, como o turismo, desta forma a IG seria um potencializador para o turismo. Porém, de acordo com os entrevistados, quando questionados sobre a importância da IG de São João del-Rei para o turismo da região, verificou-se que para a maioria deles, 62,5% dos entrevistados, o turismo tem maior impacto para a IG do que o contrário, sendo o turismo muito importante para a existência de seus negócios. Não é percebido pelos artesãos um aumento no turismo após o registro da IG, como mencionado pelo Entrevistado 2, que relatou: “Eu acho que a gente já tem o fluxo de turista normal de cidade histórica. Eu acho que não tem uma correlação com a Indicação Geográfica”.

O Entrevistado 4 relata que ainda não foi perceptível o quanto a IG interferiu no turismo, pois São João del-Rei já é uma cidade turística há muito tempo, independentemente da existência da Indicação de Procedência. Para o Entrevistado

1, o selo da Indicação de Procedência poderia ter um impacto positivo no turismo se houvesse uma publicidade mais efetiva, o que, no entanto, não ocorreu.

Por outro lado, para 25% dos entrevistados, o turismo não tem tanta importância para o seu negócio, devido à mudança de foco empresarial. Estas empresas, atualmente, não têm loja física, sendo que um destes entrevistados relata que, quando ainda tinha a loja na cidade de Tiradentes, percebeu uma mudança do perfil do turista que visita a região, e que por isso, atualmente, o turismo não tem tanta importância como já teve há alguns anos, o que ele atribui à falta de políticas públicas e à atuação ineficiente dos governantes para o turismo na região.

A partir das informações obtidas nas entrevistas, observa-se que o turismo tem grande importância para o artesanato em estanho são-joanense e que a obtenção do registro da IP de São João del-Rei não impactou o turismo da região protegida pela IP.

Foi também perguntado aos entrevistados se a AAPE ou outra entidade investiu em publicidade para a IG. Todos os entrevistados informaram que não foi realizada qualquer tipo de publicidade. Entretanto, o entrevistado 8 mencionou que, quando do registro da IG, estava prevista a realização de ações publicitárias. Já os entrevistados 1 e 4 lembraram que em um momento anterior, uma das empresas fez uma publicidade, através da instalação de uma placa na rodovia próximo ao trevo da cidade de Tiradentes. A partir da pesquisa documental feita anteriormente, foi possível constatar que essa iniciativa ocorreu em 2017, conforme Ofício Circular/AAPE/02/2017, que convidava as demais empresas a participarem da ação, porém nenhuma outra empresa demonstrou interesse em dividir os custos.

Já os entrevistados 2 e 6 lembraram da participação em uma feira no ano de 2015, que, conforme documentos arquivados na Associação, trata-se do Seminário Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas promovido pelo SEBRAE, que ocorreu em 24 e 25 de setembro de 2015 em João Pessoa na Paraíba.

Desta forma fica evidenciado que desde 2017 nenhuma ação referente à divulgação da Indicação de Procedência de São João del-Rei foi realizada. Sendo que a divulgação tem um importante papel para o sucesso da IG, conforme observado por Franco, Bruch e Matei (2023).

Em relação à valorização do selo da Indicação de Procedência pelos consumidores, de acordo com as informações fornecidas pelos entrevistados, o selo

da IP não é valorizado pelos compradores. Aproximadamente 37,5% dos entrevistados relataram que poucos compradores conhecem sobre o selo. Outros 37,5% dos entrevistados mencionaram que a maioria dos compradores não tinha conhecimento do selo da IP, mas após os empresários contarem a história e explicarem sobre o selo, os compradores passam a valorizar os produtos que o possuem.

Somente um respondente informou perceber a valorização do selo pelos consumidores, relatando que em sua loja já atendeu a alguns compradores procurando por produtos com o selo de IP. É interessante ressaltar que esse empresário não é habilitado para o uso do selo, e sua loja está localizada próxima a outras duas lojas que comercializam produtos com o selo da IP. Isso sugere que os compradores, após visitarem uma das lojas habilitadas ao uso do selo e ficarem conhecendo o selo, passem a procurar os produtos com selo nas demais lojas.

Percebe-se, portanto, que realmente falta uma divulgação forte sobre o selo de Indicação de Procedência do artesanato em estanho são-joanense. E que o desconhecimento não se restringe somente à Indicação de Procedência do artesanato em estanho, mas à IG em geral, o que é corroborado por Cerdan *et al.* (2014); Franco, Bruch e Matei (2023) e Mascarenhas e Wilkinson (2014). Desta forma, é necessário superar o desconhecimento dos consumidores por meio de uma divulgação planejada e constante.

Em relação ao impacto do registro da IG nas relações entre os empresários, os entrevistados revelaram que a concorrência entre eles permaneceu inalterada, mantendo-se nos mesmos patamares observados antes da obtenção da IG. Quanto ao aumento da parceria, apenas um entrevistado relatou ter percebido uma melhoria nesse aspecto.

Ao serem indagados sobre o que falta ou faltou para o sucesso da IG de São João del-Rei, os entrevistados apontaram diversos fatores. Entre os principais aspectos mencionados, destacam-se a falta de investimento de longo prazo e apoio verdadeiro dos órgãos competentes e a falta de conhecimento por parte dos atores envolvidos. Um dos entrevistados relatou também, como possível motivo para o não sucesso da IG, a falta de apoio após o registro, até mesmo da UFSJ, conforme relato transcrito abaixo:

Porque depois que criou (a IG) todo mundo pulou (fora), ficou por conta só da Associação. Então não foi pra frente. ... ela (UFSJ) deu muita assistência, ajudou até conseguir o selo, mas depois parece que faltou alguma motivação. Na hora que largou a turma, cada um acomodou no seu canto. Enquanto ela (UFSJ) estava comandando para reunir, parece que a turma tinha um incentivo... estava mantendo a união. ... aí a turma começou cada um na sua. (Entrevistado 6).

Esta lacuna nos pós-registros dos atores que estavam envolvidos no processo de registro da IG ocorre na maioria dos casos, conforme observado por Franco, Bruch e Matei (2023):

Alguns atores têm importante papel no apoio à construção e divulgação das IGs, porém, na maioria dos casos, após o evento de lançamento, há uma lacuna. Percebe-se que esse apoio deve continuar no período pós-registro, em que há muitos desafios enfrentados para o estabelecimento dos produtos da IG no mercado. Políticas públicas e linhas de fomento podem ser estabelecidas para apoiar as IGs nesse sentido. (Franco; Bruch; Matei, 2023, p. 1371).

Outros motivos mencionados foram a falta de união entre os empresários, que foi apontada por 50% dos entrevistados, e a falta de uma divulgação forte da IG do artesanato em estanho, que foi mencionada por 75% dos entrevistados. A necessidade de uma gestão mais ativa por parte da AAPE, que busque os benefícios junto às entidades competentes, foi citada por um entrevistado, que é o atual presidente da associação.

Ressalta-se que, apesar de os entrevistados relatarem que após o registro da IP se sentiram abandonados pelas entidades que apoiaram na obtenção do registro, é necessário que os associados tenham consciência da necessidade de superar a falta de união entre eles, visando o fortalecimento da AAPE, transformando-a em uma associação com uma gestão mais ativa, capaz de divulgar a IG e de buscar novas parcerias na fase após o registro.

4.3.4 Uso do selo

Quanto à frequência do uso do selo da Indicação de Procedência, três entrevistados afirmaram não estarem credenciados ao uso do selo da IG e nem têm interesse em se credenciarem; duas empresas utilizam o selo em todas as peças possíveis; outras duas empresas utilizam o selo em toda a sua produção; e uma empresa não utiliza o selo em todos os seus produtos, pois não está restrito ao uso do estanho, fabricando objetos com outros materiais, como o aço inoxidável.

Segundo os entrevistados, o controle de qualidade dos produtos era conduzido por meio de análises químicas de amostras selecionadas pelos membros do Conselho Regulador. Essas análises tinham como finalidade comprovar que o artefato não continha em sua composição substâncias químicas prejudiciais à saúde, observando os limites de tolerância estabelecidos.

Uma das principais preocupações dos empresários era com o teor de chumbo, pois essa substância era utilizada principalmente na solda das partes dos artefatos de estanho. De acordo com um estudo de Iniciação científica da UFSJ, de 2009, sob a orientação da Professora Patrícia Benedini Martelli (Nascimento, 2009), que analisou oito peças de estanho oriundas de diferentes fábricas de São João del-Rei, constatou-se uma concentração elevada, além do limite, de chumbo em certas partes das peças que tinham soldas, e concluiu-se pela necessidade de cuidados com a parte interna das peças, sendo que as peças torneadas, sem a presença de emendas internas, deviam ser priorizadas, pois nessas constatou-se o teor de chumbo dentro dos limites.

Assim, conforme o Regulamento Técnico da Indicação de Procedência “São João del-Rei”, ficou definido que, para ser habilitado ao uso do selo da IP, os produtores deveriam ser diplomados pelo Conselho Regulador, após a análise química dos artefatos, comprovando a ausência de chumbo nas peças.

Para atender a este requisito, alguns artesãos começaram a utilizar o bismuto como substituto ao chumbo na solda, o que, segundo eles, é bem mais trabalhoso. Já um dos entrevistados relatou que usa somente o estanho pobre na solda, mantendo o método de uso dessa solda como um segredo de sua empresa.

O controle de qualidade estabelecido no Regulamento Técnico previa a análise mensal das peças expostas ao público, como expresso no Artigo 12: “O Conselho Regulador deverá analisar as peças expostas ao público, mensalmente, mediante sorteio dos produtores habilitados.” Esta obrigatoriedade foi alterada, conforme Ata de Reunião da AAPE de 30 de abril de 2015, que diz: “Na oportunidade foi discutido e aprovado a validade do diploma para 3 anos com as análises feitas anualmente.” No entanto, é importante observar que, ao consultar o Caderno de Especificações Técnicas no portal do INPI, não há registro dessa alteração junto ao Órgão (Anexo 2).

É importante salientar que o termo “Caderno de Especificações Técnicas” é empregado conforme estabelecido pelo INPI, de acordo com a Instrução Normativa 95 de 17 de dezembro de 2018 em substituição ao anterior “Regulamento Técnico”.

O relatório da auditoria mais recente é de 2018 (Anexo 3), assim, percebe-se que nestes últimos cinco anos, não foi realizado o controle da qualidade dos produtos, anualmente, conforme previsto na Ata de Reunião da AAPE de 30 de abril de 2015 (Anexo 4), sendo esse controle essencial para a diplomação e habilitação dos produtores.

Cerdan *et al.* (2014), consideram que a IG beneficia o consumidor, ao promover a melhoria da qualidade através dos controles de produção, que permitem a identificação das etapas de produção, fabricação e elaboração. Desta forma, a falta da realização das auditorias pelo Conselho Regulador da IP de São João del-Rei, garantindo a qualidade e principalmente o atendimento aos limites de segurança das substâncias químicas, conforme preconizado pelo Caderno de Especificações Técnicas, pode diminuir a confiança do consumidor que não percebe a garantia da qualidade do produto com o selo da IP.

4.3.5 Associação

Nas entrevistas realizadas, também foi investigada a percepção dos empresários em relação à AAPE. Ao serem questionados sobre a importância da associação para os seus negócios, somente 37,5% dos entrevistados acham que a AAPE faz diferença. Por outro lado, outros 62,5% dos entrevistados acham que a associação atualmente não faz diferença para os seus negócios. Um desses entrevistados relatou que a associação foi importante no início, quando do registro da IG. Outro entrevistado acha que o foco da associação foi o registro da IG e que após consegui-lo, não deu continuidade a outros projetos. Mas acredita que o problema é a desconfiança e falta de parceria entre os empresários, conforme relato transcrito abaixo:

Ela (AAPE) foi criada, o foco seria a indicação geográfica. [...] mas ela poderia dar continuidade para outros projetos. [...], mas eu acho que o problema aí é mais com os participantes, entendeu? Nós sempre tivemos uma associação, algumas associações aqui, antes de eu ter fábrica, eu participava, era funcionário, participava de reuniões e tudo. Só que sempre, como se diz, que a turma encontrava, dava choque. Cada um tinha uma

ideia, um não queria colaborar com o outro, um tinha medo que o outro ficasse sabendo de alguma coisa da empresa dele. Então era uma coisa difícil. [...] E até mesmo, a questão financeira, às vezes você tinha uma mensalidade que era uma mixaria, e o pessoal reclamava (Entrevistado 1).

Sobre a atuação da associação, somente um entrevistado percebe a associação atuante. Outro entrevistado, por não ser associado, não expressou a sua opinião, enquanto seis entrevistados acham que a AAPE não é uma associação forte e nem atuante. Porém, três desses entrevistados perceberam que, no início do processo para obtenção do registro da IG, a AAPE era mais forte e atuante.

Metade dos entrevistados percebe vantagem em ser associado, exclusivamente, devido à possibilidade de uso do selo da IP, que certifica a qualidade dos produtos. Um entrevistado não expressou a sua opinião, por não ser associado. Por outro lado, três entrevistados não enxergam vantagens em ser associado, sendo que dois desses entrevistados não estão habilitados ao uso do selo da IP.

Foi questionado também aos empresários se os mesmos pagavam algum tipo de contribuição para a associação, para custeio e investimento em publicidade e outras despesas. Os sete entrevistados que são associados à AAPE afirmaram não estar pagando qualquer tipo de contribuição financeira para a associação atualmente, mas que no passado contribuíram por meio de rateio quando havia algum evento ou despesa da associação.

As informações coletadas nas entrevistas reforçam a desconfiança e a falta de união entre os empresários e a falta de dedicação dos empresários na manutenção da associação, levando a concluir que a AAPE foi criada com a finalidade exclusiva do registro da Indicação de Procedência. Esta observação está alinhada com o estudo de Dallabrida (2016), que constatou dificuldades dos atores das IGs em trabalhar e se relacionarem associativamente. E que, talvez, a utilização da estratégia do associativismo seja mais por questões legais do que por convicção de necessidade.

4.4 ANÁLISE DA SITUAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO E DO ARTESANATO EM ESTANHO DE SÃO JOÃO DEL-REI

A partir das informações coletadas, é possível verificar que o artesanato em estanho são-joanense é ímpar na sua forma de produção, sendo nacionalmente reconhecido, além de ser uma representação da tradição e história são-joanense. Após dez anos de sua notoriedade ser reconhecida pelo INPI, que ocorreu em 2012, verifica-se que a IP do artesanato em estanho de São João del-Rei não gerou os benefícios esperados pelos produtores.

Em agosto de 2023, a AAPE, de acordo com o seu presidente, contava com cinco empresas associadas, que são as empresas habilitadas para o uso do selo da IP. Porém, quando da realização das entrevistas, foi perguntado a todos os entrevistados se eram associados à AAPE, e os dois entrevistados responsáveis pelas empresas que não estão habilitadas ao uso do selo da IG, mas que participaram da criação da associação, relataram não ter feito nenhuma solicitação para saída da AAPE. Vale ressaltar ainda que inclusive na ata de reunião mais recente da associação, consta o nome dessas duas empresas. Assim, consideramos que são sete as empresas associadas.

Através da análise da documentação disponível na AAPE, foi possível constatar que a associação se encontra praticamente inativa, pois os documentos mais recentes são de outubro de 2018, conforme Ata de Reunião — Relatório de Auditoria 23 de outubro de 2018.

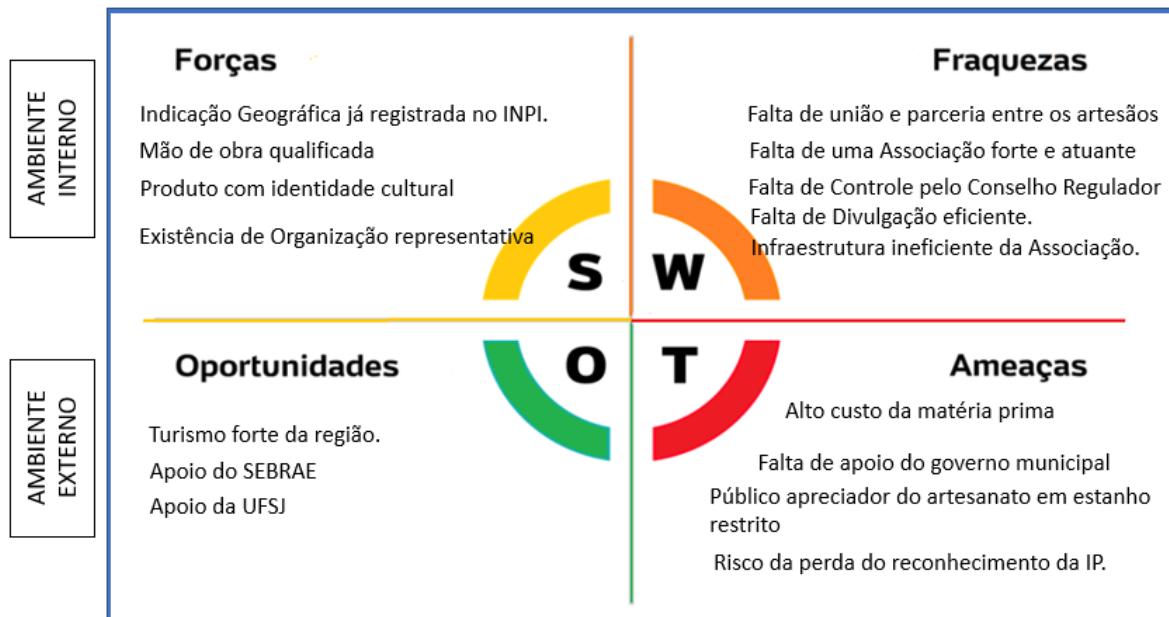
Foi realizada também a consulta ao Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) para verificação da situação cadastral da AAPE, sendo que neste cadastro a associação se encontra com a situação de Baixada, desde 09/02/2015 pelo motivo de “omissão contumaz” (Anexo 5). Além disso, o endereço da associação é o próprio endereço da loja do atual presidente, não tendo um espaço físico próprio.

Nos documentos da AAPE analisados, não foi encontrado nenhum documento administrativo ou contábil da associação, também não foi encontrada nenhuma informação de recebimento de contribuições efetuadas pelos associados.

Assim, através dos dados coletados por meio da pesquisa documental e das entrevistas, verificou-se alguns fatores facilitadores e desafios que devem ser trabalhados pela AAPE. Para uma melhor visualização desses fatores utilizou-se a matriz SWOT, relacionando os pontos fortes, os pontos fracos, além das oportunidades e ameaças relativas ao artesanato em estanho são-joanense (Figura 11).

A matriz SWOT é uma ferramenta que, em forma de um diagrama visual, possibilita analisar de forma simples e objetiva os fatores positivos e negativos em qualquer cenário, permitindo uma avaliação da posição estratégica da organização, tendo como vantagens a identificação de oportunidades e ameaças, a melhora de produtos e serviços, suporte a tomada de decisões, promoção de parcerias, entre outras (SEBRAE, 2023).

FIGURA 11 — Matriz SWOT do artesanato em estanho de São João del-Rei



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Com base nos dados coletados, conforme evidenciado na matriz SWOT, identificam-se diversos pontos fortes no artesanato em estanho de São João del-Rei. Destaca-se o fato de que esse artesanato já possui o *status* de IP registrado no INPI. Isso implica que a associação não precisa mais alocar tempo e recursos financeiros na coleta da documentação necessária para efetuar um novo pedido de registro. Além disso, o artesanato em estanho de São João del-Rei é um produto com identidade cultural, e uma representação da tradição e história da cidade. A presença de uma mão de obra qualificada, capaz de manter a qualidade e a beleza na produção dos artefatos, e a existência da AAPE como a entidade representativa dos empresários do setor, também se configuram como pontos fortes.

As oportunidades evidenciadas na Matriz SWOT incluem o forte turismo já consolidado na histórica cidade de São João del-Rei, que com seu centro histórico repleto de igrejas, museus e casario do período colonial, atrai turistas de todo o

Brasil. Além disso, a retomada do apoio de entidades como a UFSJ e o SEBRAE, que atuaram na fase de registro da IP, mas que conforme relato dos entrevistados se ausentaram na fase pós-registro, se apresentam como oportunidades que podem ser trabalhadas para impulsionar o potencial do artesanato em estanho.

Por outro lado, ficam também evidenciadas as fraquezas que devem ser trabalhadas pela AAPE. Entre os pontos fracos se destacam a falta de união e de parceria entre os empresários do setor; a falta de uma associação forte e atuante, a falta de controle de qualidade dos produtos, que não vem sendo realizado nos últimos cinco anos; a falta de divulgação eficiente e a carência tanto de infraestrutura física quanto administrativa da AAPE.

Evidenciam-se também na matriz SWOT as ameaças que merecem atenção no contexto do artesanato em estanho. Uma das principais ameaças é o alto custo da matéria-prima, que impacta diretamente a viabilidade econômica desse setor. Outras ameaças a serem levadas em consideração incluem a ausência de apoio por parte do governo municipal, que pode limitar o desenvolvimento; a falta da promoção do artesanato em estanho e o risco potencial de perda do reconhecimento da IP, devido à falta de documentação da AAPE. Apesar de que, conforme Campos (2018), não existe previsão legal de perda do registro de Indicação Geográfica devido à cessação das condições que justificaram o pedido de seu registro.

Entre as fraquezas elencadas na Matriz SWOT, está a falta de união e parceria dos associados, que foi citado por 50% dos entrevistados como um dos motivos para o insucesso da IG de São João del-Rei. A falta de união entre os associados resulta na falta de participação ativa dos membros na associação, que acabam isolados cada um na sua empresa, desconsiderando o coletivismo que a associação necessita para se fortalecer. A falta de participação efetiva dos atores envolvidos com a IG observados nesse estudo está em consonância com o que foi observado também no estudo de Vieira *et al.* (2019).

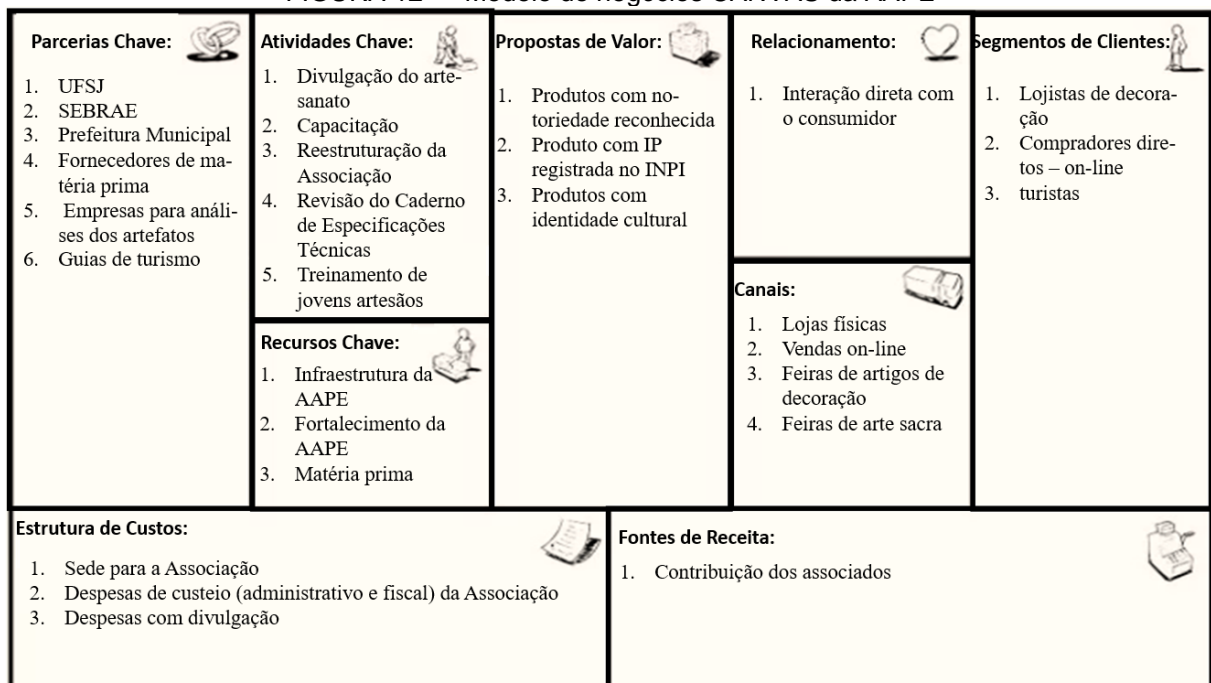
Outra fraqueza da IG de São João del-Rei é a falta de controle de qualidade que deveria ser realizado pelo Conselho Regulador, pois nos últimos cinco anos não foi realizada a auditoria. Sem esse controle de qualidade das peças, que deveria ser feito anualmente, conforme o Caderno de Especificações Técnicas, os diplomas de habilitação perdem a validade, e o comprador perde a garantia de que o produto da IG é um produto com a qualidade verificada regularmente, causando a desconfiança

do comprador no produto protegido pela IG. No entanto, de acordo com os entrevistados, o selo da IP não é muito valorizado pelos compradores.

A falta de uma divulgação eficiente da IG do artesanato em estanho, que foi mencionada por 75% dos entrevistados como um dos motivadores para o insucesso da IG, é outra fraqueza elencada na Matriz SWOT. Essa fraqueza está atrelada à falta de uma fonte de recursos financeiros para a associação arcar com suas despesas tanto administrativas quanto fiscais e de divulgação.

De forma complementar à Matriz SWOT, também é apresentado o modelo de negócios da AAPE, utilizando o Business Model Canvas (Figura 12).

FIGURA 12 — Modelo de negócios CANVAS da AAPE



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Os potenciais parceiros da AAPE, destacados no Canvas, são a UFSJ, que segundo os entrevistados deu importante apoio para a obtenção do registro da Indicação de Procedência, e que, segundo um dos entrevistados, enquanto a UFSJ estava acompanhando a AAPE, existia uma parceria maior entre os artesãos.

Esta percepção dos entrevistados que relataram a falta de apoio de importantes parceiros, após a obtenção do registro da IG, corrobora o que foi apontado por Vieira *et al.* (2019), que observaram que na realidade brasileira, o apoio institucional dado às IGs se concentra na fase do registro, mas que após a obtenção do registro o acompanhamento e o suporte são limitados.

Também foi observado que três entrevistados, no momento da entrevista, perceberam que cabe a eles tomar providências para fortalecer a associação. Um deles, o atual presidente, disse: “Até bom o que você está fazendo [...] porque a gente pode até reunir. Às vezes retomar, né? Apesar de que a gente tem uma falta de tempo danada. E motivação também.”

Este acompanhamento da UFSJ poderia ser conduzido por um grupo de estudos em IG do ponto focal UFSJ do PROFNIT, aproveitando-se inclusive da oficina profissional que é um requisito constante na grade curricular do curso. Desta forma, alunos do PROFNIT que pesquisassem sobre IGs poderiam realizar a oficina profissional fazendo o acompanhamento das IGs da região do Campos das Vertentes, como a de São João del-Rei, a de Resende Costa, a de São Tiago e outras que podem vir a ter o registro de IG.

Outro importante parceiro é o SEBRAE, que foi citado por alguns entrevistados, como um parceiro sempre presente, convidando para participação em eventos e promovendo cursos de capacitação.

Já a Prefeitura Municipal é um parceiro potencial, porém todos os entrevistados relataram que não tiveram apoio do governo municipal nestes 10 anos de registro da IG, nem mesmo através da Secretaria Municipal de Turismo. É notável que a participação da Prefeitura Municipal é importantíssima na promoção e organização de eventos que divulguem o artesanato da cidade.

No bloco de Atividades-chave, foram relacionadas as atividades que deverão ser efetuadas para que a IG possa gerar mais vantagens para o artesanato em estanho.

Como a AAPE está praticamente inativa, é necessária e urgente sua reestruturação, com a convocação de uma assembleia para a escolha da nova diretoria e dos componentes do Conselho Regulador. Deve ser considerada também uma reformulação do seu Estatuto e do seu Caderno de Especificações Técnicas, visando uma atualização às atuais necessidades da associação.

Uma dessas necessidades atuais da associação e que consta no bloco de Recursos do CANVAS é a criação de uma contribuição dos associados, visando a manutenção da infraestrutura administrativa e também física da AAPE. Uma associação que não tem recursos financeiros nem mesmo para arcar com suas despesas administrativas e fiscais não tem como fazer a divulgação da IG.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve o propósito de investigar as implicações observadas após o registro da Indicação de Procedência de São João del-Rei, a partir das percepções dos produtores são-joanenses de artesanato em estanho. Para o alcance desse objetivo, foi conduzida uma pesquisa qualitativa de natureza descritiva e exploratória, sendo o estudo de caso a estratégia utilizada para a coleta e análise das informações, sendo que a amostra pesquisada foi de oito empresas, o que representa aproximadamente 89% da população alvo conhecida.

O artesanato em estanho são-joanense é uma manifestação artística única, caracterizada pela sua produção diferenciada e pelos cortes finos e bonitos. Essa forma de arte é parte integrante da cultura são-joanense desde os anos de 1960, mas mantendo as características coloniais de produção do estanho do século XVIII.

O reconhecimento da notoriedade deste artesanato foi solicitado pela AAPE em 2010 e reconhecido pelo INPI, como Indicação de Procedência, no ano de 2012. E os produtos em estanho, tanto os de decoração como os relativos à arte sacra, são comercializados para todo o Brasil. Assim, é inquestionável a notoriedade do saber-fazer do artesanato em estanho são-joanense.

A partir dos dados coletados, constatou-se que o selo da IP de São João del-Rei é usado por cinco entrevistados (o que representa 62,5% dos entrevistados, os quais são os produtores credenciados ao uso do selo da IP) em todas as peças possíveis e que atendem às especificações do Caderno de Especificações Técnicas.

Nestes dez anos após o registro da IP de São João del-Rei, foi unânime a percepção dos entrevistados de que não houve uma melhoria nas vendas e no faturamento das empresas. O que, segundo os produtores, pode ter sido agravado pela política econômica que impacta diretamente no preço da matéria-prima, além de reduzir o poder aquisitivo da população brasileira e, conseqüentemente, afetar as vendas, uma vez que o artesanato em estanho tem um alto custo para a produção.

Outros benefícios esperados pelos produtores com a obtenção do registro da IP de São João del-Rei eram a divulgação do artesanato em estanho; a criação de uma marca forte para o artesanato em estanho e a certificação da qualidade dos produtos. Para sete entrevistados, o que representa 87,5% dos produtores, as suas expectativas não foram alcançadas. Somente um entrevistado entende que sua

expectativa foi alcançada, pois o benefício esperado era a certificação, conferindo credibilidade ao seu produto.

Os desafios percebidos pelos produtores após a obtenção do registro da IG são a falta de conhecimento pela população sobre IG; a falta de divulgação dos produtos da IG, que é um dos fatores-chave para o sucesso; a falta de manutenção de uma associação dos produtores com uma gestão mais ativa para a promoção e proteção dos produtos, sendo que 50% dos entrevistados percebem uma falta de união e parceria entre eles; falta de apoio constante por parte dos órgãos competentes, principalmente daqueles que participaram da fase de obtenção do registro da IG, e a falta de investimento de longo prazo para a gestão da IG.

Segundo os entrevistados, para que a IP de São João del-Rei gerasse os benefícios esperados, os desafios percebidos deveriam ser superados, ou seja, está faltando uma gestão ativa da AAPE, capaz de buscar apoio das entidades competentes e de fazer uma divulgação forte do artesanato em estanho; após o registro da IG, faltou apoio das entidades, que participaram da etapa de obtenção do registro da IP, principalmente a UFSJ. Ademais, a nível nacional falta uma promoção do conceito de IG.

Embora o registro da IG tenha sido uma conquista significativa para o artesanato em estanho são-joanense, por si só, não foi capaz de gerar os benefícios esperados. Faz-se necessário o enfrentamento aos desafios pós-registro da IG.

A governança da IG se mostra um ponto frágil, pois apesar de a AAPE existir desde 2007, ela não conseguiu manter o espírito de coletivismo e associativismo em seus membros, prevalecendo a desunião, desconfiança e falta de parceria entre os associados.

Assim, identificou-se que a fundação da AAPE ocorreu exclusivamente para a obtenção do Registro da IG, resultante de um movimento praticamente exógeno, a partir do apoio de entidades que foram grandes parceiros para a obtenção do registro da IG, mas que tiveram uma participação muito limitada após o registro.

Sem a participação efetiva dos membros associados, a AAPE se mostrou uma associação fraca e sem atuação, estando atualmente praticamente inativa, incapaz de buscar apoio de outras entidades, principalmente do governo municipal.

Com respeito à limitação da pesquisa, embora os achados estejam alinhados com outros estudos que destacam a importância da divulgação, do coletivismo e do apoio de entidades parceiras após o registro da IG, os resultados não podem ser

generalizados. Isso ocorre porque a pesquisa refere-se a uma IG de artesanato que, pelo seu modo de produção, praticamente não tem concorrentes fora da área geográfica delimitada, o que a torna ímpar. Ademais, o estudo se limitou a investigar as percepções dos empresários do setor do artesanato em estanho são-joanense. Também, não estava no escopo deste trabalho o levantamento e a análise dos dados econômicos das empresas do artesanato em estanho são-joanense, o que sugere um campo a ser trabalhado em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. **Lei 9.279 de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Poder Executivo, Brasília, DF, 15 dez. 1996. Seção 1. p. 8353.
- CAMPOS, A. T. **A proteção das indicações geográficas nos países do Mercosul**. 2018. 207 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro.
- CARLS, S. Indicações Geográficas: a faceta da organização produtiva coletiva e suas contribuições para o desenvolvimento. *In*: BRUCH, K. L.; VIEIRA, A. C. P. (Eds.). **Indicação geográfica, signos coletivos e o desenvolvimento**. [s.l.] IBPI, 2015. p. 53–73.
- CERDAN, C. M. T. *et al.* Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. *In*: PIMENTEL, L. O. (Ed.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica**. 4. ed. Florianópolis: MAPA, 2014. p. 32–58.
- CERDAN, C. M. T.; BRUCH, K. L.; VITROLLES, D. Gestão e controle pós-reconhecimento das Indicações Geográficas. *In*: PIMENTEL, L. O. (Ed.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II. Indicação Geográfica**. 4. ed. Florianópolis: MAPA, 2014. p. 233–267.
- CHIMENTO, M. R.; FERNANDES, L. R. R. M. V. Indicação Geográfica na Mídia: O Desafio da Simplificação do Tema para a Opinião Pública. **Comunicação & Sociedade**, vol. 38, nº 3, p. 113–136, set./dez. 2016.
- CRUZ, B. E. V. da; HESPANHOL, R. Ap. M. Indicação geográfica e queijos artesanais: marco legal e desafios a uma política para este segmento no Brasil. **Confins**, nº 37, 24 set. 2018.
- DALLABRIDA, V. R. Ativos territoriais, estratégias de desenvolvimento e governança territorial: uma análise comparada de experiências brasileiras e portuguesas. **Eure**, vol. 42, nº 126, p. 187–212, 2016.
- DUPIM, L. C. de O. **Indicações geográficas e desenvolvimento local: estudo exploratório e comparativo das indicações geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty**. 2015. 292 f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.
- FILIPPIS, F. De; GIUA, M.; SALVATICI, L.; VAQUERO-PIÑEIRO, C. The international trade impacts of Geographical Indications: Hype or hope? **Food Policy**, vol. 112, p. 1–12, out. 2022.
- FRANCO, C. B. A.; BRUCH, K. L.; MATEI, A. P. A Comunicação nas Indicações Geográficas do Rio Grande do Sul. **Cadernos de Prospecção**, vol. 16, n. 4, p. 1358–1374, maio 2023.

FREIRE, E. Conceituação de Tipos e Metodologias de Pesquisa. *In*: SILVA, G. M. M.; QUINTELLA, C. M. (Eds.). **Metodologia da pesquisa científico-tecnológica e inovação**. Salvador: Edifba, 2021. v.1, p. 73–114.

G1.GLOBO.COM. **Tradicional em São João del-Rei, MG, peças de estanho estão em baixa**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2013/10/tradicional-em-sao-joao-del-rei-mg-pecas-de-estanho-estao-em-baixa.html>> Acesso em: 01 set. 2022.

GAIO SOBRINHO, A. **São João del-Rei: 300 anos de histórias**. São João del-Rei: Edição do autor, 2006.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIOVANNUCCI, D. *et al.* **Guide to Geographical Indications: Linking Products and Their Origins**. Genebra: ITC, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **São João del-Rei - Histórico**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/sao-joao-del-rei/historico>>. Acesso em: 27 abr. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI. **Revista da propriedade industrial n. 2144**, 2012.

_____. **PORTARIA/INPI/PR Nº 04, DE 12 DE JANEIRO DE 2022**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Poder Executivo, Brasília, DF, 25 jan. 2022. Seção 1. p. 40, 2022. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria/inpi/pr-n-4-de-12-de-janeiro-de-2022-375778644>> Acesso em: 24 ago. 2022.

LEITE, M. S. R.; GASPAROTTO, A. M. S. Análise SWOT e suas funcionalidades. **Revista Interface Tecnológica**, v. 15, n. 2, p. 184–195, 30 dez. 2018.

MAIORKI, G. J. **A Indicação Geográfica de produtos: um estudo sobre a contribuição econômica no desenvolvimento territorial**. Canoinhas: Universidade do Contestado, 2014.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações**, v. 16, n. 1, p. 13–25, jun. 2015.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada**. 7. ed. Porto Alegre - RS: Bookman, 2019.

MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**. 8. ed. Barueri (SP): Atlas, 2022.

- MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, p. 103–115, 2014.
- MAUÉS, A. A.; RICHARTZ, F. Indicação Geográfica : mapeamento e análise sistêmica das publicações. **Cadernos de Prospecção**, v. 14, n. 2, p. 615–632, 2021.
- MEDEIROS, M. DE L.; PASSADOR, J. L. Examining the development attributed to geographical indications. **The Journal of World Intellectual Property**, v. 25, n. 1, p. 86–105, 8 mar. 2022.
- MINAYO, M. C. DE S. **O Desafio do Conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: HUCITEC, 2014.
- NAKAGAWA, M. **Ferramenta: análise SWOT (clássico).Estratégia e gestão. Movimento Empreenda**, 2011. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF>. Acesso em: 21 set. 2023
- NASCIMENTO, M. E. DO. **Determinação de chumbo em artefatos de estanho das indústrias de São João del-Rei por espectrofotometria de absorção atômica**. São João del-Rei: Universidade Federal de São João del-Rei, 2009.
- NEPE/UFSJ. **Boletim do comércio exterior 1º trimestre de 2023 São João del-Rei**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/dceco/BCE_NEPE_01_2023.pdf>. Acesso em: 14 maio. 2023.
- OSTERWALDER, ALEXANDER.; PIGNEUR, YVES. **Inovação em modelos de negócios - business mode generation**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
- PAIVA, M. V.; GUERRA, M. DAS G. G. V. Análise Swot como ferramenta estratégica no processo avaliativo do curso de Administração Pública do IFPB. **Revista de Gestão e Avaliação Educacional**, v. 10, n. 19, p. 184–193, 1 ago. 2021.
- PELEGRINI, L. **São João del-Rei é eleita a capital brasileira da cultura**. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/brasil/sao-joao-del-rei-e-eleita-a-capital-brasileira-da-cultura-1.288881>>. Acesso em: 3 maio. 2023.
- PELLIN, V. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. **Interações**, v. 20, n. 1, p. 63–78, 2019.
- PELLIN, V.; VIEIRA, A. Vantagens e desafios para as indicações geográficas do setor vitivinícola no Brasil: uma visão pós concessão registro pelo INPI. **54º Congresso da Sociedade de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER**, v. 1, p. 18, 15 ago. 2016.
- PEREIRA, D. **O analista de modelos de negócios**. São Paulo: Luz Geração Empreendedora, 2012

REIS, L. L. de M. **Indicação geográfica no Brasil: determinantes, limites e possibilidades**. 2015. 270 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

REVISTA A LAVOURA. **Peças coloniais que resistem ao tempo**. Rio de Janeiro, 14 ago. 2015. Disponível em: <<https://alavoura.com.br/materias/pecas-coloniais-que-resistem-ao-tempo/>>. Acesso em: 9 ago. 2022

ROCHA, J. A.; BOSCOLO, O. H.; FERNANDES, L. R. R. DE M. V. Etnobotânica: um instrumento para valorização e identificação de potenciais de proteção do conhecimento tradicional. **Interações**, v. 16, n. 1, p. 67–74, jun. 2015.

SANTOS, C. B. DOS *et.al.* Indicação geográfica de azeite de oliva do Rio Grande do Sul: potencialidades e desafios. **Revista INGI - Indicação geográfica e inovação**, v. 7, p. 2290–2306, 2023.

SEMANA CRIATIVA DE TIRADENTES. **Estanho de São João del-Rei**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tNB3oHkZ4vo&t=7s>>. Acesso em: 4 ago. 2022.

SERTEK, P.; GUINDANI, A. R.; MARTINS, T. S. **Administração e Planejamento Estratégico**. Curitiba: IBPEX, 2009.

SILVA, A. L. DA *et al.* Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza. In: PIMENTEL, L. O. (Ed.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica**. Florianópolis: MAPA, 2014. p. 134–194.

SILVA, M. V. *et.al.* Certificação de identidade histórico-cultural da produção de base artesanal mineira. **Pesquisas e Práticas Psicossociais**, v. 1, n. 2, p. 1–12, 2006.

SISTEMA BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Canvas: como estruturar seu modelo de negócio**. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de-negocio,6dab288acc58d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 09 ago. 2023.

_____. **Principais estratégias da análise SWOT/FOFA**, 2023. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/principais-estrategicas-da-analise-swotfofa,c7397ae12d5e6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 9 ago. 2023.

SOUZA, S. R. A. DE; GUERRA, M. DAS G. G. V. Autoavaliação institucional da Universidade Federal da Paraíba: diagnóstico a partir da Comissão Própria de Avaliação. **Revista Diálogo Educacional**, v. 20, n. 64, 26 mar. 2020.

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.

VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 6. ed. São Paulo SP: Atlas, 2015.

VIEGAS, A. J. **Linguagem dos Sinos de São João del-Rei**. Disponível em: <<https://saojoaodelreitransparente.com.br/projects/view/341>>. Acesso em: 4 maio. 2023.

VIEIRA, A. C. P. *et al.* Desenvolvimento regional e indicações geográficas de café no Brasil: Perspectivas pós-registro. *In*: VIEIRA, A. C. P. *et al.* (Eds.). **Indicações Geográficas, signos coletivos e desenvolvimento local/regional**. Erechim: Deviant, 2019. v.2, p. 169–196.

VIEIRA, A. C. P.; ZILLI, J. C. DE F.; BRUCH, K. L. Políticas públicas como instrumento de desenvolvimento de indicações geográficas. **Revista Foco**, v. 9, n. 2, p. 138–155, 2016.

VIEIRA, M. Fabricantes renovam artesanato tradicional. **Estado de Minas**, p. 8, 1 dez. 2002.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa. **Temáticas**, v.22, n. 44, p. 201–218, 30 dez. 2014.

ZHAN, H.; LIU, S.; YU, J. Research on factors influencing consumers' loyalty towards geographical indication products based on grey incidence analysis. **Grey Systems: Theory and Application**, v. 7, n. 3, p. 397–407, 6 nov. 2017.

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Pesquisa: Coleta de dados sobre os benefícios percebidos pelos empresários contemplados com o registro do Selo de Indicação de Procedências (IP) – IG201010 – São João del-Rei - Peças artesanais em estanho, publicada na Revista da Propriedade Industrial nº 2144 de 07 de fevereiro de 2012.	
Pesquisador:	Paulo Henrique de Lima Siqueira / Paulo Márcio Lara
Endereço de e-mail:	paulo.lara@ufsj.edu.br
Telefone:	(32) 9 9172-6225
Nome do entrevistado (a)	
Cargo na empresa:	
Empresa:	
Data da entrevista:	

- 1) Desde quando é associado? Ou a empresa é associada?
- 2) Você participou da equipe que fez o pedido do registro da IG?
- 3) Há quanto tempo trabalha com artesanato em estanho?
- 4) Quantos empregados diretos tem na sua fábrica? E na loja?
- 5) Quantas pessoas de sua família trabalham na atividade de artesanato em estanho? (desde planejamento até vendas)
- 6) Quais são os principais destinos de seus produtos? (cidades /estados)
- 7) Quais são os principais canais de venda/marketing utilizados por você?
- 8) Aproximadamente qual é o faturamento mensal de sua empresa?
- 9) Quais são os principais motivos para ser associado a Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei – AAPE?
- 10) Quais eram suas expectativas quando foi reconhecida a IG de São

João del-Rei?

11) Quais os benefícios você esperava com o registro da Indicação de procedência? Estes benefícios foram alcançados?

12) Que expectativas você tem atualmente para o estanho de São João del-Rei?

13) Qual a sua opinião sobre a IG de artesanato de peças em estanho de São João del-Rei?

14) A AAPE, ou outra entidade investiu em publicidade da IP de São João del-Rei?

15) Você percebeu aumento de visitantes (turistas) após a conquista da IG?

16) Para você, qual é a importância do turismo na Indicação Geográfica?

17) Houve aumento de vendas após o registro da IG?

18) Você percebeu uma maior parceria com os outros artesãos/proprietários após o reconhecimento da IG?

19) Você percebeu aumento na concorrência entre os artesãos?

20) Para você o que faltou ou falta para que a IG gere os benefícios para os artesãos?

21) A AAPE, realiza algum tipo de controle da qualidade dos produtos certificados? Quais?

22) - Atualmente é credenciado para o uso do selo da IG?

23) Seus funcionários (vendedores) conhecem a história e importância da IG do Estanho?

24) O selo da IG é utilizado com qual frequência na sua produção? Todas as peças ou só em algumas?

25) Você percebe a valorização pelo consumidor do produto protegido pela IG?

26) Você acha importante a existência da Associação ou acha que não faz diferença para o seu negócio?

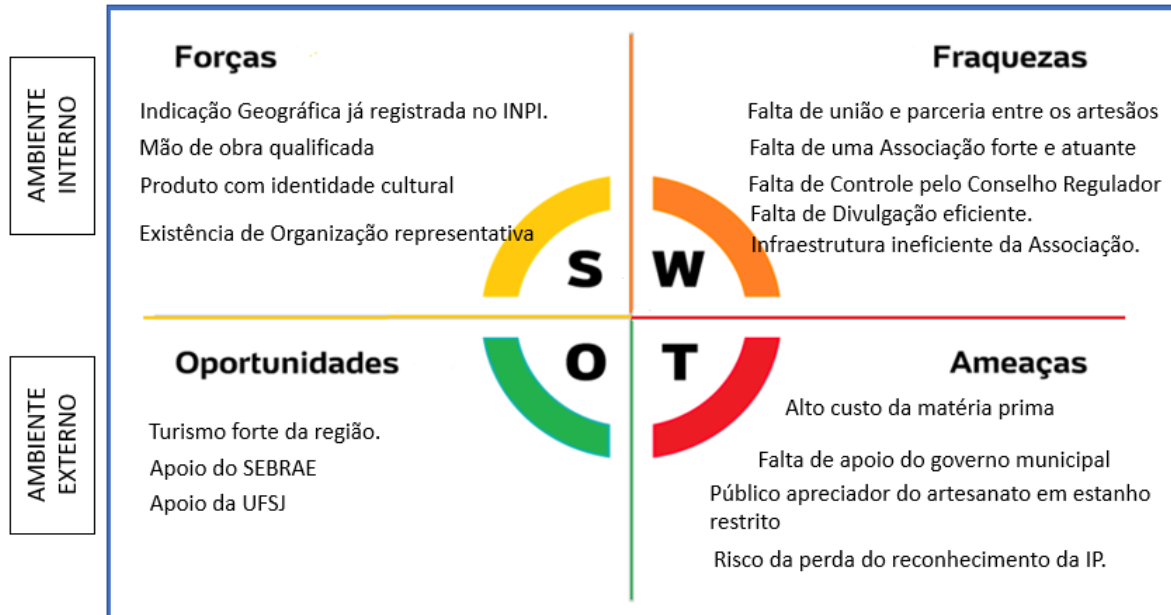
27) Você acha que a AAPE é uma Associação forte e atuante? Caso negativo, o que você acha que está faltando para o fortalecimento da Associação?

28) Você percebeu alguma vantagem em ser associado à Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei - AAPE?

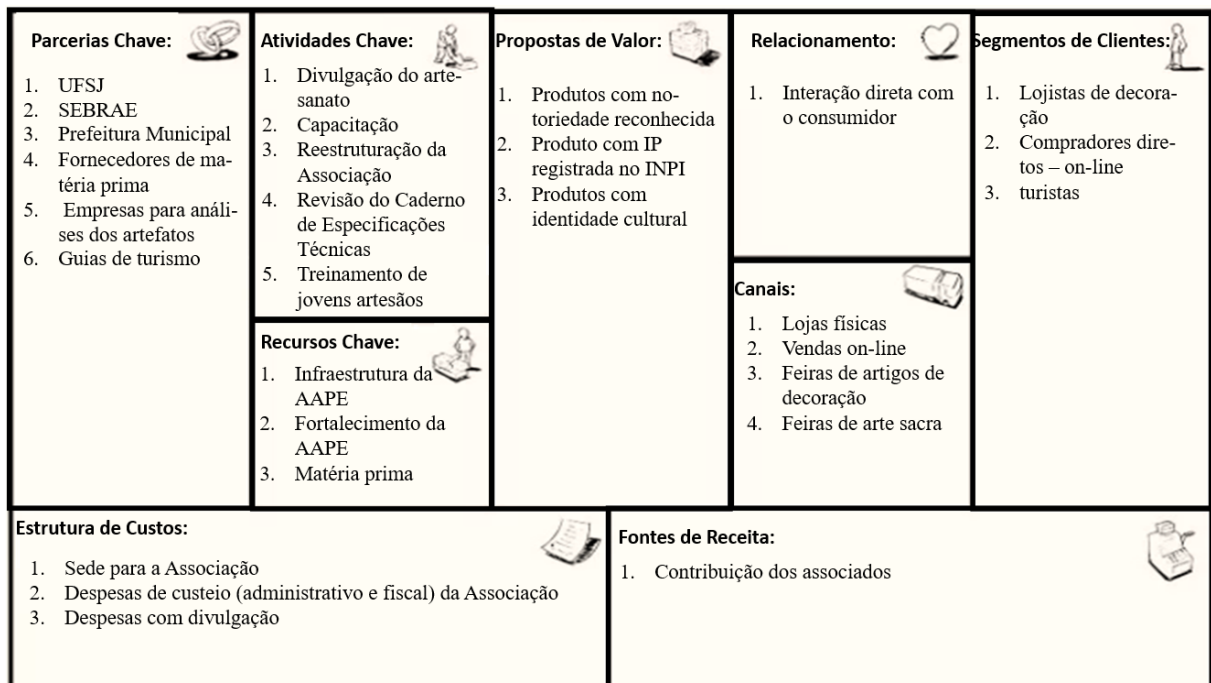
29) A AAPE tem fonte de receita para os seus custeios e para investir em divulgação?

APÊNDICE 2 – MATRIZ FOFA (SWOT) E MODELO CANVAS

Matriz SWOT






Modelo Canvas



ANEXO 1 – APROVAÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA PELO COMITÊ DE ÉTICA

Portal do Governo Brasileiro


Público Pesquisador Alterar Meus Dados


PAULO MARCIO LARA - Pesquisador | V3.8.2
Cadastros Sua sessão expira em: 34min 54

DETALHAR PROJETO DE PESQUISA

DADOS DA VERSÃO DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Diagnóstico da indicação de procedência do artesanato em estanho de São João Del Rei- MG.
Pesquisador Responsável: PAULO MARCIO LARA
Área Temática:
Versão: 1
CAAE: 67883623.5.0000.5151
Submetido em: 08/03/2023
Instituição Proponente: Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia
Situação da Versão do Projeto: Aprovado
Localização atual da Versão do Projeto: Pesquisador Responsável
Patrocinador Principal: Financiamento Próprio



Comprovante de Recepção:  PB_COMPROVANTE_RECEPCAO_2099670

ANEXO 2 – CADERNO DE ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

REGULAMENTO TÉCNICO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA “SÃO JOÃO DEL-REI” PARA PEÇAS ARTESANAIS EM ESTANHO



CAPÍTULO I – DAS DIRETRIZES

Art. 1.º O presente regulamento tem como principal função a garantia da qualidade e identidade histórico-cultural das peças artesanais em estanho produzidas na indicação de procedência “São João del-Rei”, especificamente no que se refere à:

- I. matéria prima;
- II. intervenção artesanal mínima;
- III. qualidade do produto;
- IV. responsabilidade social;
- V. responsabilidade ambiental

CAPÍTULO 2 – DA DELIMITAÇÃO DA ÁREA E DA PRODUÇÃO

Art. 2.º A área delimitada para a indicação de procedência intitulada “São João del-Rei” para peças artesanais em estanho coincide exatamente com a área do Município de São João del-Rei, Minas Gerais.

Art. 3.º A matéria prima utilizada deve estar em conformidade com as exigências legais.

Art. 4.º O Processo de produção deve ser caracterizado pela intervenção artesanal em todas as fases.

Parágrafo único - Entende-se por intervenção artesanal, para efeito do que determina o artigo 4.º, a manipulação manual das peças e ferramentas.

CAPÍTULO 3 – DO PRODUTO

Art. 5.º São exigidas as seguintes características das peças artesanais em estanho amparadas pela indicação de procedência de que trata este regulamento:

- I. presença de pelo menos um ornamento em *pewter* na sua composição, que seja capaz de distinguir o produto como peça artesanal em estanho;
- II. o produto deve atender os padrões mínimos de qualidade e segurança, em função do tipo de consumo a que se destina, conforme exigência da legislação em vigor no país do seu consumidor final.

§ 1.º Considera-se *pewter*, para efeito do artigo 5.º, a liga definida pela ASTM *International Standards Worldwide*, composta de :

- I. estanho: 90 a 98%
- II. antimônio: 1 a 8%
- III. cobre: 0,25 a 3%

§ 2.º O limite de tolerância da incidência de substâncias nocivas na constituição do produto, presente em área da peça que mantenha contato com produto alimentício, deve atender os limites impostos pela Normativa 2005/168/EU - Diretiva RoHS (Restrição de Certas Substâncias Perigosas) da União Européia.

Substância	Valor máximo de concentração
Cádmio	0,01%
Mercúrio	0,1%
Chumbo	0,1%
Crómio hexavalente	0,1%

CAÍTULO 4 – DA IDENTIFICAÇÃO

Art. 6.º Os produtos amparados pela indicação de procedência “São João del-Rei” para peças artesanais em estanho terão identificação por rotulagem, aposta na própria peça preferencialmente por meio de punção.

§ 1.º Considera-se selo da indicação de procedência “São João del-Rei” para peças artesanais em estanho a imagem representativa registrada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI.

§ 2.º Considerando a grande diversidade de peças, caso seja impossível a rotulagem por punção, em função do tamanho e/ou forma da peça, a rotulagem deverá ser feita através de adesivo, mediante aprovação do Conselho Regulador.

§ 3.º Além da identificação por punção e adesivo, a peça deve ser rotulada também na embalagem com o selo da indicação de procedência “São João del-Rei”.

§ 4.º As peças rotuladas com o selo da indicação de procedência “São João del-Rei” deverão ser também rotuladas com a marca do fabricante habilitado.

CAÍTULO 5 – DO CONTROLE

Art. 7.º A Indicação de Procedência “São João del-Rei” para peças artesanais em estanho é regida por um Conselho Regulador, conforme definido pelo Estatuto da Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei – AAPE.

Art. 8.º O Conselho Regulador manterá os registros necessários à sua atuação, visando assegurar a garantia da qualidade dos produtos amparados pela Indicação de Procedência, no que se refere à sua identificação como peça artesanal em estanho, conforme definido por este regulamento.

Art. 9º O Conselho Regulador exercerá o controle preventivo, através da análise por amostragem das peças fornecidas pelos produtores e o controle repressivo, através da análise, por amostragem, das peças expostas ao público.

Art. 10 Os instrumentos de punção utilizados para a rotulagem das peças serão, exclusivamente, os de propriedade da AAPE, os quais serão disponibilizados aos produtores mediante contrato de comodato.

§ 1.º Os instrumentos de punção serão adquiridos pela AAPE, com recursos arrecadados dos produtores habilitados, em número, tamanho e forma adequados à marcação da maior diversidade possível de peças.

§ 2.º Em caso de desabilitação do produtor, o contrato de comodato terá seus efeitos suspensos ou será rescindido, obrigando-se o produtor a devolver à AAPE todos os instrumentos de punção imediatamente após comunicado.

Art. 11 Os adesivos utilizados para a rotulagem das peças serão, exclusivamente, os fornecidos pela AAPE, os quais serão adquiridos pela Associação, com recursos arrecadados dos produtores habilitados, em número, tamanho e forma adequados à marcação da maior diversidade possível de peças.

Art. 12 O Conselho Regulador deverá analisar as peças expostas ao público, mensalmente, mediante sorteio dos produtores habilitados.

CAPÍTULO 6 – DA HABILITAÇÃO

Art. 13 Serão habilitados ao uso do selo da Indicação de Procedência os produtores associados à AAPE diplomados pelo Conselho Regulador.

Art. 14 A diplomação se dará mediante a análise das peças recolhidas do produtor interessado, a critério do Conselho Regulador, observado o que determinam os capítulos 1, 2 e 3 deste regulamento.

CAPÍTULO 7 – DA ADEQUAÇÃO, DAS INFRAÇÕES E DAS PENALIDADES

Art. 15 O produtor associado que não atender aos requisitos mínimos necessários à habilitação, conforme definido por este regulamento, poderá participar de programa de adequação, na forma estabelecida pelo Conselho Regulador.

Art. 16 São infrações à Indicação de Procedência “São João del-Rei” para peças artesanais em estanho:

- I. colocar no mercado ou expor ao público produtos com o selo da indicação de procedência “São João del-Rei” ou com qualquer menção na peça ou embalagem que faça alusão à indicação de procedência “São João del-Rei”, com características diversas das definidas por este regulamento e as normas emitidas pelo Conselho Regulador.
- II. colocar no mercado ou expor ao público produtos com o selo da indicação de procedência “São João del-Rei” ou com qualquer menção na peça ou embalagem que faça alusão à indicação de procedência “São João del-Rei”, cujo processo de produção utilizado esteja em desacordo com o processo definido por este regulamento e pelas normas emitidas pelo Conselho Regulador.

- III. rotular os produtos amparados pela indicação de procedência "São João del-Rei" de forma diversa à definida por este regulamento.



Art. 17 As penalidades para as infrações tipificadas pelo artigo anterior são:

- I. Advertência
- II. Multa
- III. Suspensão
- IV. Desligamento

§ 1.º A Advertência será aplicada pelo Conselho Regulador, formalmente, ficando o produtor penalizado ciente que, em caso de reincidência, ser-lhe-á aplicada penalidade mais severa, independentemente do grau de repercussão negativa imposta à reputação da Indicação de Procedência pelo seu ato.

§ 2.º No ato da Advertência será dado ao produtor penalizado o prazo de 30 (trinta) dias para a adequação às normas da Indicação de Procedência.

§ 3.º O valor da multa será calculado com base na UFEMG e será fixado pelo Conselho Regulador, conforme o grau de repercussão negativa imposta à reputação da Indicação de Procedência, em função da infração cometida e não ultrapassará a mil UFEMGS.

§ 4.º O prazo de suspensão será fixado pelo Conselho Regulador, conforme o grau de repercussão negativa imposta à reputação da Indicação de Procedência, em função da infração cometida e não ultrapassará o prazo de 3 (três) meses.

§ 5.º Ao produtor penalizado será dado direito à ampla defesa, nos termos do Estatuto da AAPE.


CAPÍTULO 8 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 18 Os empreendimentos habilitados deverão zelar:

- I. pela preservação das técnicas tradicionais de produção de peças artesanais em estanho, criadas e desenvolvidas em São João del-Rei;
- II. pela preservação do meio-ambiente e da saúde dos artesãos.

Art. 19 Os casos omissos por este Regulamento deverão ser resolvidos em assembleia da AAPE, pela maioria absoluta dos associados habilitados.

São João del-Rei, 12 de abril de 2011


John Gregory Walter Somers
Presidente da AAPE

ANEXO 3 – RELATÓRIO DE AUDITORIA DE 23/10/2018



Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei - AAPE

Ata Reunião – Relatório de Auditoria 23 de outubro de 2018.

No dia 23 de outubro de 2018, as 9h, na dependência da Marguel Estanho os representantes da Marguel, Mahatma, da Imperial, Fabio e Luiz Claudio representando a Faemam reuniram para leitura do resultado de Auditoria realizada no dia 14 de agosto pelo Auditor Geraldo Roberto de Souza e Antonio Batista da Silva. Dentre os resultados apresentados o denominado AM 05 foi reprovado. Este resultado foi absorvido pelo proprietário e logo já propôs um novo material que será encaminhado para o laboratório para realização de nova análise para uma contra prova.

Para pagamento das análises realizadas será comunicado ao laboratório para cobrança direta aos fornecedores das amostras.

Após o resultado da contra prova ficou decidido que esta análise valerá com data de resultado da amostragem, ou seja, 15 de agosto de 2018. Para assinatura do diploma e para as próximas 15 de agosto de 2019, 15 de agosto de 2020.

A nova direção para o biênio 2017 a 2019 ficou assim instituída:

Presidente: José Anselmo de Sousa

Vice Presidente: Mahatma Ghandy Câmara

Secretário: John Gregory Walter Somers

1º Tesoureiro: Antônio Batista da Silva

2º Tesoureiro: Márcio André Vieira

Conselho Regulador: José Anselmo de Souza

Fábio Raimundo dos Reis

Geraldo Roberto de Souza – Repres UFSJ

Convite: _____

Conselho Fiscal: Célio Luiz Giarola

John Gregory Walter Somers

Antonio Batista da Silva

Em pauta a diretoria pedirá o posicionamento das empresas que estão na Associação mas ainda não se propuseram a se adequar aos requisitos para obtenção do Selo. Ficará para a pauta em reunião a ser marcada.


Os representantes das Empresas Santa Clara e Design By Somers não estiveram presentes se justificando colocando de acordo com estes fatos citados.



Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei - AAPE

Determinou-se que assim que sair o resultado da contra prova, serão recolhidos e devolvidos, os Diplomas antigos para sua assinatura e confeccionados novos por conta de cada Associado na gráfica estabelecida padronizado para assinatura do ano.

São João Del Rei 23 de outubro de 2018.




 Marguel Estanhos



 Faemam Estanhos

 Imperial Pewter

 Design By Somers



 Estanhos Santa Clara

 Ophicina Pewter



 Del Arte Estanhos

ANEXO 4 – ATA DE REUNIÃO DE 30/04/2015

2

ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DE PECAS EM ESTANHO DE SÃO JOÃO DEL-REI

Ata de Reunião

Aos 30 dias de abril de 2015 as 14h e 15 minutos, reuniram nas dependências da ACI de São João del rei os representantes das empresas: Faemam Estanhos, Marguel Estanhos, Estanhos Santa clara, Imperial Pewter e Once Again Estanhos, para ser apresentado os resultados das Análises das peças para atualização dos diplomas da indicação Geográfica de São João del Rei. Na oportunidade o Sr. Antonio, presidente da AAPE comunicou aos senhores proprietários das empresas Once Again estanhos e Imperial Pewter que o resultado de suas análises foram reprovados pois o teor de Chumbo Pb de suas peças ultragassou o limite permitido pelo regulamento. As referidas empresas se comprometeram em apresentar a contra prova em tempo hábil para obter o Diploma. Na oportunidade foi discutido e aprovado a validade do diploma para 3 anos com as análises feitas anualmente. Também foi comentado a disponibilidade que a UFSJ colocou, através do professor Geraldo Roberto para nos atender no que for preciso para nosso desenvolvimento. Da mesma forma a ACI também nos atendeu muito bem na pessoa do Sr. Átila Godoy que foi muito atencioso e simpático. São João del Rei 30 de abril de 2015.



Fábio Raimundo dos Reis

Antônio Batista da Silva


Márcia Andréa Vieira

John Gregory Walker Somer


Mahatma Ghandy Câmara


José Roselino de Souza


Celso Luiz Giarola

ANEXO 5 – CONSULTA AO CNPJ DA AAPE

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA				
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 10.188.112/0001-71 MATRIZ		COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 03/12/2007
NOME EMPRESARIAL ASSOCIACAO DOS ARTESAO S DE PECAS EM ESTANHO DE SAO JOAO DEL REI - AAPE				
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****				PORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL *****				
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada				
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 399-9 - Associação Privada				
LOGRADOURO *****		NÚMERO *****	COMPLEMENTO *****	
CEP *****	BAIRRO/DISTRITO *****	MUNICÍPIO *****	UF *****	
ENDEREÇO ELETRÔNICO		TELEFONE (32) 3371-8292		
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****				
SITUAÇÃO CADASTRAL BAIXADA			DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 09/02/2015	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL Omissão Contumaz				
SITUAÇÃO ESPECIAL *****			DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 2.119, de 06 de dezembro de 2022.

Emitido no dia **05/09/2023** às **14:39:59** (data e hora de Brasília).

Página: 1/1