

O POTENCIAL PARA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DO MEL NA COSTA OESTE DO PARANÁ: ESTUDO DE CASO DA COOPERATIVA COOFAMEL

Eliane Aparecida Gracioli Rodrigues
Emerson Domenico Durso
Weimar Freire da Rocha Junior

Resumo: A produção de mel no Brasil e no Paraná tem ganhado espaço como alternativa de produção e fonte de renda aos agricultores, a Coofamel no Oeste do estado está inserida na atividade do mel e contribui para agregar valor à produção de seus associados. O objetivo do artigo foi identificar a percepção da direção da Cooperativa na busca da certificação de Indicação Geográfica para o mel produzido na região. A metodologia da pesquisa constitui-se na aplicação de formulários à diretoria da Coofamel como forma de captar a motivação e o ambiente institucional na busca da referida certificação, portanto, tem um caráter qualitativo. Os resultados demonstram que a Direção da Cooperativa mostra-se interessada na busca da certificação e reconhece a importância desta, bem como os desafios que tal procedimento impõe. A Cooperativa mostra-se articulada com várias instituições parceira e demonstra ter consciência do papel que compete a ela e seus associados no decorrer do processo.

Palavras-chave: mel, indicação geográfica, cooperativa

THE POTENTIAL FOR HONEY GEOGRAPHICAL INDICATION ON THE WEST COAST OF PARANÁ: A CASE STUDY OF COOFAMEL COOPERATIVE

Abstract - Honey production in Brazil and Paraná has gained value importance as an alternative of production and source of income to honey producers Coofamel cooperative in the West of the State is inserted into the honey activity and contributes to add value to the production of its members. The purpose of the article was to identify the perception of a Cooperative in pursuit of certification of Geographical Indication for perception of the Cooperative Direction concerning the Geographical Indication certification of the honey produced in the region. The methodology of the research is on the application forms to the board of Coofamel so as to capture the motivation and the institutional environment in the pursuit of such certification, therefore, is has a qualitative character. The results show that the Cooperative direction has been interested in seeking the certifications and they also shows recognize its importance, as well as the challenges that such procedure imposes. The

Cooperative has been combined with several partner institutions and the board demonstrates awareness of the is effective role which belongs to itself and its associate through the process.

Key words: Honey. Geographical Indication. Cooperative. West Coast of Paraná

1. INTRODUÇÃO

O estado do Paraná se destaca no Brasil pela sua diversidade econômica, e principalmente, pela atividade agropastoril como potencial do agronegócio, que o coloca entre os principais produtores do país de grãos, de carnes e derivados.

A produção de mel também é uma importante geradora de renda e, conseqüentemente, uma agregadora da população na área rural. O Brasil é o (10º) décimo maior produtor mundial de mel do mundo, em que figuram a China e Argentina em primeira e segunda posição, respectivamente. Os dados das exportações brasileiras informado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, mostram que o Brasil em 2012 exportou 16,6 mil toneladas de mel, alcançando uma receita da ordem de US\$52,11 milhões. No contexto brasileiro o Paraná foi o segundo estado em exportação de mel com 3,02 mil toneladas e uma arrecadação de US\$9,7 milhões.

No contexto produtivo o Paraná ocupa a terceira posição entre os estados produtores de mel e derivados no Brasil, tendo o município de Ortigueiras como o principal produtor. Em 2013 Ortigueiras iniciou o processo de certificação de Indicação Geográfica para o mel produzido no município comprovando a potencialidade e o reconhecimento da sua produção.

A atividade apícola paranaense teve um período marcado por desafios uma vez que na década de 1950, houve a miscigenação genética entre as abelhas africanas e européia conferindo às colméias paranaense maior produtividade, mas o caráter agressivo da espécie contribuiu para o baixo desenvolvimento da atividade. Nos anos 1970 o uso indiscriminado de defensivos agrícolas também contribuiu com a redução e contaminação do mel. Apenas nos anos 1980 que a atividade começa a se desenvolver de forma crescente momento que surge novas oportunidades no cenário local, nacional e mundial. Silva e Peixe (2014) descrevem que no Censo Agropecuário 1995/96 foi registrado no Paraná 24 mil

estabelecimentos agropecuários com apicultura, 273 mil colméias e uma produção de 2.680 toneladas de mel.

Na região Oeste a atividade apícola começou a se organizar na década 1990 com o surgimento de várias Associações de Apicultores, em 2006 essas Associações vão se organizar e criar a Cooperativa Agrofamiliar Solidária dos Apicultores da Costa Oeste do Paraná (Coofamel). A Cooperativa atua na comercialização de mel e outro produto derivado da apicultura consolida-se como representante dos produtores de mel da região da Costa Oeste do Paraná agregando valor ao produto e expandindo mercado, bem como solidifica a marca da Coofamel.

Assim a Cooperativa Coofamel é o objeto da pesquisa apresentada nesse artigo que tem como objetivo identificar a percepção da direção da Coofamel e o ambiente institucional da cooperativa para implementar uma certificação para a sua produção na forma de Indicação Geográfica (IG).

O artigo está estruturado nessa sucinta introdução como primeira parte, uma exposição sobre os princípios da Nova Economia Institucional (NEI) e Indicações Geográficas (IG) como aportes teóricos, seguidos da metodologia, os resultados da pesquisa e as considerações finais são apresentados na sequência compondo a quarta e quinta partes do artigo

2. A NOVA ECONOMIA INSTITUCIONAL E INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: UMA APROXIMAÇÃO TEÓRICA

O aporte teórico da ECT é útil para analisar a realidade das Indicações Geográficas. Assim, o processo de reconhecimento de uma Indicação Geográfica é um típico caso de custo de transação *ex-ante* relacionado com os custos de contratos. Dutra *et al* (2009) justificam que a proteção da Indicação Geográfica é um custo de transação *ex-post* para combater ações oportunistas de uso indevido da marca coletiva, bem como ajustar os mecanismos de controle impostos aos produtores associados.

A especificidade de um ativo transacionado é inversamente proporcional à possibilidade de utilização alternativa do mesmo. O aumento da especificidade de ativos é proporcional ao aumento dos riscos e de problema de adaptação, ocasionando maiores custos de transação. Há vários tipos de especificidade de ativos: humana, locacional, física,

ativos dedicados, marcas e temporal. Como argumentam Dutra *et al* (2009) as Indicações Geográficas são exemplos de especificidade locacional, e a especificidade do ativo é considerada como o elemento de maior relevância para caracterizar uma transação.

A especificidade dos ativos é um atributo de transação relevante na indução da forma de governança, uma vez que ativos mais específicos estão associados a formas de dependência bilateral que irá implicar na estruturação de formas organizacionais. A existência de ativos específicos importa na medida em que está associada ao pressuposto de ação oportunista dos atores. (ZYLBERSZTAJN, 1995).

Outro fator importante atrelado a especificidade do ativo é a possibilidade de atuação de caronas em função das externalidades positiva criada. Os caronas atuam por meio de ações oportunistas, sendo um típico custo de transação relacionado às Indicações Geográficas, outra situação que os produtores podem também se deparar é o problema de risco moral que uma forma de *ex-post* de oportunismo. (DUTRA *et al*, 2009).

O elemento incerteza atrelado ao desconhecimento de variáveis que podem afetar os custos de transação entre eles o ambiente institucional e o comportamento dos agentes.

O ambiente institucional corresponde ao sistema de normas, incluindo, restrições informais, regras formais e sistemas de controle que afetam o processo de transferência dos direitos de propriedade exigindo recursos reais para operarem, (ZYLBERSZTAJN, 1995).

North (2005) sintetiza as principais mudanças institucionais, entre elas a permanente relação entre instituições e organizações em um complexo econômico de escassez e, portanto, de competição é fator chave para mudanças institucionais. A competição obriga as organizações a investigarem continuamente em conhecimento para sua sobrevivência logo a estrutura institucional dita tipo de habilidades e conhecimento para sua sobrevivência. O autor ainda acrescenta.

A segunda variável do custo do processo é o tamanho do mercado que determina se o intercâmbio é pessoal ou impessoal. No intercâmbio pessoal fatores como ligações de parentesco, amizades, lealdade pessoal e contatos constantes estabelecem limites ao comportamento dos atores além de reduzir a necessidade de grandes gastos com especificações e mecanismos contratuais. (NORTH, 2005, p.11).

O risco associado à transação é também um dos fatores importante, em consequência, afetando a forma pela qual os resíduos são distribuídos entre os participantes da transação. O fator risco associado à existência de possibilidades de oportunismo implica

na adição de custos às transações que ocorrem via mercado, motivando a estruturação de formas de governança alternativas.

Oportunismo é o outro pressuposto comportamental, sendo um conceito que resulta da ação dos indivíduos na busca do seu auto-interesse. Entretanto o auto-interesse pode ser buscado de maneira não oportunista. Oportunismo parte de um princípio de jogo não cooperativo, onde a informação que um agente possa ter sobre a realidade não acessível a outro agente pode permitir que o primeiro desfrute de algum benefício do tipo monopolístico.

O oportunismo é a busca do auto-interesse com avidez. Naturalmente o conceito de oportunismo traz à tona uma conotação ética comportamental dos indivíduos, que na base da teoria dos custos de transação, apenas assume que os indivíduos podem agir de modo oportunístico. Como ressalta Zylbersztajn (1995) o pressuposto não é de que todos os indivíduos agem sempre oportunisticamente, bastando que algum indivíduo tenha a possibilidade de assim agir para que os contratos fiquem expostos a ações que demandam monitoramento.

Corroborando com a abordagem Dutra *et al* (2009) argumentam que o processo de valorização da origem por meio da criação de uma Indicação Geográfica é um meio de diminuir as assimetrias de informação entre os agentes que formam a cadeia produtiva, sendo a associação de produtores o elo para garantir a qualidade do produto que faz a Indicação Geográfica reconhecida. Embora o sistema seja perfeitamente rastreável é uma forma de minimizar as assimetrias de informação estas não podem ser excluídas do processo o que causa a possibilidade de ações oportunistas.

Na concepção de Coutinho (2003) a Denominação de Origem é o resultado de uma organização social que constrói uma reputação e uma identidade para o produto. Assim sendo, a certificação representa uma vantagem concorrencial coletiva, uma ferramenta de diferenciação nas trocas comerciais.

Apoiando o tema Alcoforado (2002) afirma que um mercado rotulado, certificado e identificado geograficamente também pode ser concebido como uma estrutura de governança, pois seu estabelecimento implica o acerto de uma rede de relações entre os diversos atores envolvidos na cadeia de valor, na qual os rótulos, os certificados e as identificações constituem o núcleo duro da estrutura de governança, a partir da qual se estabelece os critérios e a hierarquia no interior da cadeia. O autor sintetiza a sua ideia afirmando que:

A análise dos mercados rotulados, certificados e identificados geograficamente quando observados pelas lentes da Economia dos Custos de Transação (ECT) e da Análise Econômica do Direito (AED) revela-os como uma materialização dos novos direitos de propriedade que se caracterizam por descomoditizar os mercados. (ALCOFORADO, 2002, p.5)

Nesse contexto, Alcoforado (2002) defende que o argumento de Coase do direito de propriedade como a condição necessária para a existência dos mercados. O autor busca então mostrar que os direitos de propriedade são aceitáveis via processo de rotulagem, certificação e identificação geográfica, viabilizando o processo de construção de mercados através do estabelecimento de direitos de propriedade. Esse mercado seria via mecanismo coletivo e expressar-se-ia por meio de rótulos, certificados e identificações geográficas, esses mecanismos assumem diferentes arranjos organizacionais em última instância visam reduzir os custos de transação.

3 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS COMO FORMA DE VALORIZAÇÃO DO PRODUTO

Alternativa de valorização da produção rural e desenvolvimento territorial, as indicações geográficas revelam ainda, ser um importante instrumento de alavancagem da competitividade da produção de bens e serviços baseada na diferenciação qualitativa.

As indicações geográficas são uma ferramenta coletiva de promoção mercadológica e tem por objetivo destacar lugares, pessoas e produtos, evocando sua herança histórico-cultural, considerada intransferível. Essa herança deve apresentar especificidades intimamente relacionadas com uma área de produção, contar com um grupo de produtores que se responsabilize pela garantia da qualidade na elaboração dos produtos e possuir um nome de reconhecida notoriedade. (KAKUTA *et al.*; 2006, p.13)

De acordo com a Lei 9279/96, conhecida como Lei de Propriedade Industrial, a Indicação Geográfica é constituída pela Indicação de Procedência - IP e a Denominação de Origem – DO. Esta mesma lei define em seu artigo 177 as Indicações de Procedência como sendo o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenham se tornado reconhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. Essa definição não faz referência à

existência de relação direta do produto às especificidades do clima, solo, bioma, característica da água e cultura da população local, como no caso das Denominações de Origem, que são descritas no artigo 178 como “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”. Neste caso, as peculiaridades territoriais, tanto geográficas, quanto humanas estão vinculadas ao produto, conferindo-lhe tipicidade única.

Outra diferença atribuída pela Lei de Propriedade industrial em seu artigo 182 é que no caso das Denominações de Origem é necessário que os produtores e prestadores de serviços atendam a requisitos de qualidade, que não são exigidos para as Indicações de Procedência.

Vale ressaltar que a concessão de indicações geográficas para serviços é uma particularidade da legislação brasileira. Conforme relata Gurgel (2006, p.65). “outra interessante peculiaridade da legislação nacional é a previsão de serviços para indicação de procedência e denominação de origem, que não encontra guarida no âmbito internacional”.

A Indicação de Procedência é caracterizada por uma *expertise* que surge em um determinado território e ganha reputação além de seus limites, enquanto a Denominação de Origem, além desta notoriedade, requer profunda relação com o meio natural e humano. Gurgel corrobora com a temática ao afirmar que na Indicação de Procedência “o relevante é a notoriedade qualitativa que se atingiu no desenvolvimento de determinado produto ou serviço não relacionado a especificidades dos recursos naturais e humanos. (GURGEL, 2006, p.66). Ainda sobre as Indicações de Procedência a autora complementa que esta apresenta caráter de manufatura e de serviço especializado, que, por conta de seu diferencial e concentração em determinado local, ganha fama que ultrapassa fronteiras. No âmbito das Denominações de Origem, esta vocação é potencializada pelas condições territoriais, que proporciona o desenvolvimento de produtos com características regionais relacionadas a condições edafoclimáticas e peculiaridades locais

O Quadro 1 apresenta as principais diferenças entre Indicações de Procedência e Denominação de Origem, as quais são as duas formas que caracterizam uma Indicação Geográfica.

Quadro 1. Principais diferenças entre as duas formas de Indicação Geográfica.

Itens	Denominação de Origem	Indicação de Procedência
Meio Natural	O meio geográfico marca e personaliza o produto; a delimitação da zona de produção é indispensável	O meio geográfico não tem necessariamente uma importância especial, sendo que o nome geográfico pode referir-se à origem do produto.
Renome/Prestígio	Indispensável	Não necessariamente indispensável
Uniformidade da Produção	Mesmo existindo mais de um tipo de produto, eles estão ligados por certa homogeneidade de características	Pode ser aplicada a um conjunto de produtos diferentes que tenham em comum apenas o local de produção, o centro de distribuição ou o local de engarrafamento
Regime de Produção	Há regras específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos	Não existe uma disciplina de produção à qual devam ser submetidos os produtos; existe apenas uma disciplina de marca
Constâncias das Características	Os produtos devem conservar um mínimo de qualidade e constância nas suas características	Não implica um nível de qualidade determinada da constância de características
Volume de produção	Há um limite de produção por hectare, que tem relação com a qualidade do produto	Não existe limite de produção

Fonte: Caldas, Cerqueira e Perin (2005, p.11)

Após apresentar uma breve distinção entre as duas espécies de Indicação Geográfica, o próximo tópico abordará algumas experiências consolidadas no Brasil e no Mundo desta estratégia de valorização de produtos, destacando algumas iniciativas de ações coletivas de produção de mel com selo de procedência.

3.1 As Indicações Geográficas pelo Mundo e no segmento apícola Brasileiro

Neste tópico serão apresentadas algumas experiências de Indicação Geográfica no mundo e no Brasil para o segmento apícola, iniciando por uma sucinta contextualização do uso de sinais distintivos no tempo para valorização de produtos, sem ter como objetivo descobrir a exata origem histórica deste mecanismo.

Instrumento amplamente utilizado há séculos por produtores europeus para alavancar a competitividade de regiões na produção de produtos de natureza diversa, nas

duas últimas décadas tem despertado o interesse de atores públicos e privados como estratégia de desenvolvimento rural em várias localidades do território brasileiro.

É possível verificar indícios de produtos rotulados com a indicação da região de proveniência desde os primórdios da Era Romana. Já no Século VII a.C os gregos identificavam os melhores vinhos com suas respectivas denominações de origem “para esse produto havia ânforas próprias para cada região produtora, com a inscrição do nome do local e do produtor, ou respectivos símbolos” (GLASS; CASTRO, 2009, p.16). Também existem relatos que remontam ao Século IV a.C na Grécia, com os vinhos de Coríntio, de Ícaro e de Rodhes. No Império Romano, com o mármore de Carrara e com os vinhos de Falerne (KAKUTA *et al.*; 2006).

A Europa é certamente o continente que mais se beneficia das estratégias de agregação de valor da produção com as Indicações Geográficas. Segundo Glass e Castro (2009, p.16) “Na Europa, foram construídos, ao longo do tempo, a tradição e a reputação dos produtos com origem reconhecida”. Entre os países europeus, a França se destaca na regulamentação técnica e legal das Indicações Geográficas, principalmente na produção de vinhos e lácteos. São produtos franceses consagrados no mercado internacional os vinhos tintos produzidos na área de Bordeaux, os espumantes de Champagne e os queijos das regiões de Roquefort, Comté, Cantal e Camember. Na Itália, são exemplos bem sucedidos o presunto de Parma e o Queijo Parmesão e Grana Padano. Em Portugal destaca-se o vinho do Porto (primeira denominação de origem criada para vinhos) e o queijo da Serra da Estrela, na Espanha o presunto cru da Pata Negra, os Torrones de Alicante, massa de pão de Toledo, azeite de oliva dos Montes de Toledo, cítricos de Valência e o açafraão da Mancha. (KAKUTA *et al* 2006).

Segundo Kakuta *et al* (2006) países da Ásia e da África possuem artigos de notável qualidade identificados, como Indicação Geográfica. São produtos reconhecidos internacionalmente os Chás do Sri Lanka. O arroz Basmati e o chá Darjeeling na Índia. Na China o vinho amarelo de Shaoxing e o chá de Longjiin. Em Marrocos o óleo de oliva de Aragan. O abacaxi da Guiné, a cebola violeta de Galmi, na Nigéria e o chá do Quênia.

Também na América Latina verificam-se algumas iniciativas para proteção de produtos com Indicação Geográfica, destacando a tequila no México; o Pisco, uma bebida destilada produzida a base de uva, no Peru; o Singani, aguardente feita a partir de uvas moscatel na Bolívia e o Cacau Chuao na Venezuela. Segundo Caldas, Cerqueira e Perin

(2005), outra particularidade da América Latina é o “o café da Colômbia foi a primeira Indicação Geográfica de fora da Europa a solicitar reconhecimento como IG no continente europeu.” Kakuta et al, (2006, p.15) A autora ainda oferece outros exemplos latino americanos como os charutos de Cuba e os cafés Vera Cruz do México, Blue Moutain da Jamaica e café de Antigua, na Guatemala.

O Quadro 2 demonstra as siglas utilizadas nos principais países europeus correspondentes as Indicações de Procedência e Denominações de Origem.

Quadro 2 - Nomenclatura relativa a Indicações Geográficas em vários países europeus

País	Nomenclatura	Sigla
França	Appellation d’Origine Protégée Indication Géographique Protégée	AOP IGP
Itália	Denominazione d’Origine Protetta Indicazione Geografica Protetta	DOP IGP
Espanha	Denominación de Origen Protegida Indicación Geográfica Protegida	DOP IGP
Portugal	Denominação de Origem Protegida Indicação Geográfica Protegida	DOP IGP
Alemanha	Geschützte Ursprungsbezeichnung Geschützte geographische Angabe	g.U g.g.A
Reino Unido	Protected Designation of Origin Protected Geographical Indication	PDO PGI

Fonte: Castro e Glass 2009, p.23.

Considerando-se os produtos apícolas, são inúmeros os exemplos de ações coletivas de apicultores que buscaram a Indicação Geográfica como forma de valorizar e proteger a produção. Observa-se ao redor do mundo a existência de méis com características específicas de certas regiões. A genética da abelha e a composição da flora, combinados com outros fatores edafoclimáticos podem conferir tipicidade única ao mel de um determinado território.

De acordo com o Caderno de Especificações (2014), o mel do Alentejo é produzido em um território delimitado por 25 municípios portugueses desta região portuguesa, a qual é a segunda no país em número de colméias. Recebem o selo de Indicação Geográfica méis multiflorais e monoflorais de Rosmaninho, Soagem, Eucalipto e Laranjeiras. Nesta área geográfica, tão natural e rica em flora melífica recolhem-se méis de néctar de flores de aroma excepcional e gosto agradável, de cores suaves desde o amarelo transparente ao ambarino. A tradição local na produção apícola é assim sustentada no referido documento:

As pequenas indústrias rurais de produção de mel são uma tradição secular fortemente enraizada nos usos e costumes dos povos que tem habitado a região do Alentejo.

No Brasil, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI é o órgão responsável por analisar os pedidos e conceder os registros de Indicação Geográfica conforme Lei 9279/96 e resolução INPI nº 75, de 29/11/2000. A instituição reconheceu a primeira Indicação Geográfica somente em 2001 para a produção de vinho do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul.

De acordo com o portal do Instituto até o fim de 2013 havia sido concedido o registro de Indicação Geográfica a 38 produtos nacionais, sendo 23 do segmento de alimentos e bebidas tais como carne bovina, cachaças, cacau, frutas, arroz, café, camarão, doces, queijos, biscoitos, própolis vermelha e seu extrato. Produtos não alimentares também são passíveis de serem reconhecidos. Tais como: artesanato, pedras, tecidos, calçados, couro, panelas são exemplo de produtos brasileiros não alimentares registrados junto ao INPI como Indicação Geográfica, assim como serviços de tecnologia da informação.

Em fevereiro de 2014 a própolis vermelha e seu extrato, produzido nos manguezais de Alagoas é o único produto apícola reconhecido como Indicação Geográfica no Brasil. O pedido de reconhecimento, encaminhado pela União dos Produtores de Própolis do Estado de Alagoas teve o registro concedido como Denominação de Origem em 2012. Outro exemplo é o mel do Pantanal, no Mato Grosso do Sul, o mel de Ortigueira, no Paraná e a própolis verde de Minas Gerais também depositaram pedido junto ao INPI e estão com os processos em fase de análise formal pelo órgão. Os agrupamentos produtivos que representam os apicultores sul-mato-grossenses, paranaenses e mineiros são o Conselho das Cooperativas, Associações, Entrepostos e Empresas Afins a Apicultura do Pantanal do Brasil – COFENAL, a Associação dos Produtores Ortigueirenses de Mel – ARPOMEL e a Federação Mineira de Apicultura – FEMAP, respectivamente.

4. METODOLOGIA

A pesquisa que sustenta os resultados desse artigo foi realizada diretamente com todos os representantes da direção da Cooperativa Coofamel, formada pelo Diretor e diretores vogais e os Membros do Conselho Fiscal, totalizando nove (9) pesquisados. A pesquisa foi realizada no mês de fevereiro de 2014.

Como instrumento de pesquisa foi aplicado um questionário com questões abertas e fechadas, algumas com opção de múltipla escolha. Inicialmente foi aplicado um questionário ao Presidente da Cooperativa, nesse instrumento especificamente, foram incluídas questões que versavam sobre o aspecto estrutural da cooperativa, criação e formação da cooperativa, número de cooperados, questões de contratos, além dessas outras que também foram comuns aos demais entrevistados.

Para os diretores e conselheiros, que também incluído o presidente, foi aplicado um questionário em que buscou-se identificar ações coletivas realizadas pela cooperativa e cooperados, instituições parceiras e apoiadoras da cooperativa, controle de qualidade do mel, possíveis comportamento oportunista, também procurava-se identificar a posição da direção em relação a possibilidade de uma certificação para o produto via Indicação Geográfica, nesse quesito questionou-se de quem seria a responsabilidade do processo e bem como a aceitação por parte dos cooperados e por fim os desafios e benefícios advindos da certificação.

Assim sendo, os dados coletados são qualitativos uma vez que reflete a percepção da diretoria e conselheiros da Coofamel e demonstra o ambiente institucional que a mesma está inserida, bem como é identificado o estágio do processo e os desafios da Cooperativa na busca de uma certificação de Indicação Geográfica.

5. CARACTERIZAÇÃO DA COOPERATIVA AGROFAMILIAR SOLIDÁRIA DOS APICULTORES DA COSTA OESTE DO PARANÁ – COOFAMEL

A organização dos apicultores no Oeste do Paraná teve início nos anos 90 com a criação de algumas associações. Incentivados por programas do governo do Estado, que ofereciam equipamentos básicos para o desenvolvimento da atividade, com destaque para o processo de produção de cera alveolada – produto de alto custo para o apicultor. Assim, as associações de apicultores passaram a confeccionar a cera, insumo necessário para a atividade.

Segundo o Sr. Pedro da Silva, Presidente da Coofamel, antes da existência da cooperativa existiam na região dez associações e nove agrupamentos organizados, que juntos congregavam 300 apicultores: APISA em Santa Helena; APIVECO em Vera Cruz Oeste; AAPIO em Medianeira; APIBRA em Pato Bragado; APICEL em Céu Azul; APIMI em

Missal; APIOESTE em Marechal Cândido Rondon; APITERRA em Terra Roxa; AGA em Guairá e APITOLEDO em Toledo.

Os agrupamentos organizados - grupo de apicultores que se reuniam com regularidade, mas sem estarem formalizados em associações - faziam parte dos núcleos setoriais de Entre Rios do Oeste, de Vera Cruz do Oeste, de Pato Bragado e de Santa Helena. Esses núcleos setoriais de apicultores se reuniam nas Associações Comerciais de seus respectivos municípios. Outros agrupamentos organizados foram mapeados, na época, em Santa Terezinha de Itaipu, São Miguel do Iguaçu, São José das Palmeiras, Itaipulândia e na colônia dos pescadores Z12, em Foz do Iguaçu. As lideranças desses grupos e associações após diversas reuniões fundaram a Coofamel, em 15 de julho de 2006, com o principal objetivo de comercializar formalmente a produção, que antes era vendida de porta em porta, sem inspeção e em embalagens improvisadas ou reaproveitadas de outros produtos.

A estrutura administrativa da Coofamel é composta pela Diretoria, cujo mandato é de três anos, é formada por cinco membros eleitos pela Assembléia Geral, sendo o Presidente, Vice-presidente e três diretores vogais. O Conselho Fiscal é constituído por três membros efetivos e três suplentes. O mandato dos conselheiros fiscais é de um ano. Ao final do mandato é permitida a reeleição de um terço dos componentes.

Segundo dados da pesquisa realizada com presidente da Coofamel, em fevereiro de 2014 a cooperativa contava com 157 cooperados em seu quadro social. Embora o estatuto da cooperativa reze que a área de atuação da cooperativa abranja todo o território nacional, os cooperados estão concentrados predominantemente na Bacia do Paraná 3 e estão assim distribuídos pelos seguintes municípios: Altamira, Diamante do Oeste, Entre Rios do Oeste, Foz do Iguaçu, Guairá, Laranjeiras do Sul, Marechal Cândido Rondon, Matelândia, Medianeira, Mercedes, Missal, Pato Bragado, Quatro Pontes, Ramilândia, Santa Helena, Santa Terezinha de Itaipu; São José das Palmeiras; São Miguel do Iguaçu; Serranópolis do Iguaçu; Terra Roxa; Toledo e no Estado de Santa Catarina um cooperado, ou seja, os cooperados estão distribuídos em 21 municípios do Paraná, predominantemente nos municípios lindeiros do Lago de Itaipu.

Para se filiar a Coofamel não é exigida a assinatura de contrato conforme estatuto da cooperativa. O interessado deve encaminhar proposta, que será analisada pelo Conselho de Administração. Sendo aprovada sua proposta, o candidato subscreve as quotas-partes do

capital, que no ato de sua admissão não pode ser inferior a R\$ 650,00 (seiscentos e cinquenta Reais) e assina o livro de matrícula juntamente com o Presidente, a assim, adquire todos os direitos e assume todas as obrigações e deveres junto a Coofamel.

Segundo informou o Presidente da Cooperativa desde a sua fundação, nunca houve rompimento contratos entre cooperado e cooperativa por nenhuma das partes. O presidente destacou que os principais serviços e atividades oferecidos aos associados são: aquisição e fornecimento de insumos, equipamentos e implementos, prestação de serviços de assistência técnica, o beneficiamento, transformação, industrialização e comercialização da produção apícola, melípona e agropecuária, bem como o desenvolvimento de atividades culturais, sociais e educacionais para fortalecer a integração e o associativismo.

5.1 A percepção da direção da Coofamel para indicação geográfica do mel

Como já exposto há alternância dos membros na direção da cooperativa, pela pesquisa observou-se que o tempo que os membros que compõe a direção da cooperativa estão nos cargos é variado mostrando processo de renovação na gestão, dois membros ocupam o cargo a sete anos outros seis membros, a maioria, ocupam o cargo entre um e dois anos.

No instrumento de pesquisa questionou-se sobre ações coletivas desenvolvidas pela cooperativa envolvendo os cooperados de forma unânime os diretores indicaram que são realizados cursos e palestras, processamento coletivo da cera, além de confraternizações e reuniões.

Sobre a interrelação institucional da Coofamel com outras instituições sejam na forma de parcerias ou apoio, foram citadas nove instituições ou organizações que atuam conjuntamente com a Coofamel, sendo elas: Itaipu Binacional de forma unânime a diretoria destacou a assistência técnica bem como várias outras ações conjuntas realizadas com a cooperativa tais como feiras e eventos.

O SEBRAE foi destacado como apoiador na organização de curso, planejamento, treinamento, palestras, o SEBRAE também foi lembrado como apoiador em projetos e planos de marketing, consultoria e gestão e organização de eventos.

A Biolabore, que é uma cooperativa de trabalho formada por profissional multidisciplinar, foi referenciada como colaboradora em relação à assistência técnica, cursos,

ainda como promotora de dia de campo aos associados da Coofamel e também como contribuinte na organização da Cooperativa.

As prefeituras municipais de Santa Helena, Marechal Candido Rondon e Terra Roxa foram enfatizadas como apoiadoras importantes, destacando a ação da Prefeitura de Santa Helena como principal suporte a estrutura física da Coofamel, pois a prefeitura doou o terreno da sede da cooperativa, bem como parte da estrutura da unidade de beneficiamento daquele município. A Prefeitura de Marechal Candido Rondon foi referenciada como apoiadora no comodato do terreno onde está a planta de beneficiamento do mel daquele município. A Prefeitura de Terra Roxa foi apontada como parceira arcando com o salário de um consultor que em conjunto com a Associação Comercial de Terra Roxa – ACIATRA coordena o grupo local de apicultores. A prefeitura também garante suporte em recursos para equipamentos e instalações. Não foi citada mais nenhuma outra prefeitura da região como parceiras ou apoiadora.

O SENAR foi destacado como apoiador na realização de cursos e a EMATER na realização de projetos, pesquisas e cursos além da assistência técnica.

A Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE teve seu apoio enfatizado na questão técnica como a realização de análise para qualidade do mel, pesquisas e equipamentos.

Questionados se haveria benefícios indiretos a outros produtores de mel que não fossem associados da Coofamel e como isso poderia ser representado a maioria dos dirigentes, seis deles, afirmaram que o preço do mel aumentou na região depois que foi criada a cooperativa, ainda destacaram que com a cooperativa os produtores têm uma garantia maior na compra do seu produto e o segmento ganha maior apoio das instituições com a existência da cooperativa.

Sobre a forma e o controle da qualidade da produção sete dos pesquisados referiram-se a coleta de amostra para análise laboratorial sendo o item mais observado. As amostras são enviadas para a UNIOESTE, *campus* de Marechal Candido Rondon, conforme complementaram três destes entrevistados que sinalizaram para esse tipo de controle. Quatro diretores citaram como forma de controle da qualidade o Programa PAS Campo – Programa de Alimentos Seguro no Campo modalidade mel. Dois respondentes sinalizaram como forma de controle a implantação de boas práticas de fabricação e um deles mencionou que são feitas análise de claridade e umidade. Dois pesquisados se abstiveram

de responder a questão. Sobre a forma de certificação os pesquisados foram unânimes em afirmar que o produto é certificado pelo SIF- Serviço de Inspeção Federal e pelo SIM – Serviço Inspeção Municipal.

No tocante a forma de participação dos membros da cooperativa sobre decisões e compromissos a serem assumidos todos os respondentes elencaram que essa se faz através da Assembléia Geral ou Extraordinária, em menor grau em reuniões e por meio do planejamento estratégico proposto pela Cooperativa, isso sinaliza a organização da cooperativa e o caminho para possível encaminhamento de projetos tal como um processo de certificação de origem.

Na pesquisa a direção da cooperativa afirmou que tem a expectativa de explorar a certificação de origem do mel na forma de Indicação Geográfica (IG). Segundo a maioria dos pesquisados, sete deles, a iniciativa partiu da diretoria e parceiro (SEBRAE). Sobre que estágio estaria o processo da busca dessa certificação cinco dos diretores afirmaram que está na fase inicial e quatro deles que o processo está no estágio intermediário, o que se observa na prática é que o processo encontra-se em fase de discussão, ou seja, ainda é incipiente.

Questionados como seria a aceitação e o interesse dos associados nesse processo de indicação geográfica apenas um diretor considerou que haveria resistência dos cooperados, quatro diretores afirmaram que haveria aceitação imediata e outros quatro diretores reconhecem que é necessário que os cooperados conheçam melhor sobre assunto para poderem atuar. Nota-se que esse processo envolve muita motivação por parte dos envolvidos e que a direção ainda necessita fazer um trabalho de comunicação e envolvimento com os cooperados para que esses se sintam incluídos e pertencentes ao processo, bem como motivados a buscar a certificação e cientes das responsabilidades que assumiram a partir de uma certificação como a indicação geográfica.

A diretoria considera que a busca de indicação geográfica seria uma ação coletiva a maioria deles reconhecem que os envolvidos diretamente seriam os cooperados e a diretoria, mas também as instituições públicas e privadas ainda a comunidade como todo. Observa-se que ao apontarem a diretoria e os cooperados como principais envolvidos, é possível concluir, que de certa forma, existe a percepção por parte dos representantes da diretoria de quem terá a responsabilidade direta neste processo.

Os principais desafios sinalizados na busca pela indicação geográfica seria inspeção sanitária e falta de regulamentação do mel de Jataí ainda a aplicação da rastreabilidade.

Os principais benefícios apontados pela diretoria aos cooperados em função da adoção de uma indicação geográfica foram predominantemente econômicos, de forma unânime os diretores afirmaram que haveria um aumento da renda familiar, como segunda forma de benefícios foi mencionada a manutenção das famílias no meio rural e geração de novos conhecimentos, como outras formas de benefícios seriam a satisfação e reconhecimento do produtor e a oportunidade do produto ser conhecido e consumido em outros países.

Os diretores também reconheceram que já houve aumentos na renda dos cooperados segundo os dados da pesquisa esses ganhos seria uma média de 20% superior em relação ao nível de renda antes da cooperativa.

Os benefícios com a adoção de uma indicação geográfica trariam para os produtos da Coofamel a diretoria reforça a percepção econômica quando oito dos nove diretores afirmaram que haveria melhora nos preços com valorização do produto, sete dos nove diretores também afirmaram que haveria reconhecimento e ampliação do mercado via ação coletiva, cinco deles reconhecem que seria favorecida a competitividade do produto para exportação. Nenhum dos diretores indicou redução dos custos de transação, monitoramento ou estímulo a melhoria qualitativa do produto.

Sobre os resultados positivos para região (benefícios) de forma unânime a diretoria reconhece que uma indicação geográfica para o mel traria um aumento do valor agregado da produção, reforçando a percepção meramente econômica, como segunda opção sete diretores destacaram o estímulo ao investimento na região produtora e proteção da cultura, riqueza e imagem do território, quatro diretores elencaram a manutenção dos produtores nas áreas rurais e o interesse de outros setores no processo. Não foi observado por nenhum dos diretores a questão de possível aumento no valor dos imóveis atrelados a indicação geográfica resultados que foram apontados como principal ganhos dos produtores do Vale dos Vinhedos com a indicação geográfica do vinho, segundo os resultados da pesquisa de (SCHMIDT, 2010).

Em relação à valorização dos imóveis pode-se inferir que a produção de mel não está atrelada diretamente ao direito de propriedade da terra, tendo em vista que as áreas usadas para apicultura são dissociadas da propriedade privada da terra, sendo usadas

áreas de mata ciliar, propriedades de terceiros para criação das colméias, ou seja, a terra não é visto como um recurso na produção do mel. Também a diretoria não indicou a possibilidade de vitalização da zona rural, como incremento de turismo rural, embora reconheçam predominantemente o aumento do valor agregado do produto e a manutenção da população na área rural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa mostrou que a Coofamel tem um longo caminho a percorrer na busca de uma certificação de indicação geográfica para o mel, observou-se pelos dados que ainda é preciso melhorar a comunicação da cooperativa e seus cooperados nesse processo que está numa fase bastante inicial, e como pode-se perceber o processo de busca da certificação é complexo e demanda cuidados técnicos e legais específico para cada processo e em cada etapa da certificação.

Todavia, a Coofamel está articulada com parcerias e também reconhece que a cooperativa deve ser a indutora do processo e proponente do pedido de Indicação Geográfica, até porque a certificação é atrelada a uma associação ou organização responsável. Há o reconhecimento dos benefícios como motivadores para buscar a Indicação Geográfica que reforçam a função e a responsabilidade da direção e cooperados nesse processo.

Embora ainda pareça ausente na percepção da direção da Cooperativa o reconhecimento dos valores e dos atributos intangíveis de uma Indicação Geográfica visto que o principal foco no momento está apenas no aspecto econômico, uma certificação agregará reconhecimento aos produtores, melhorias qualitativas do produto e fortalecerá o vínculo de identidade com a região.

REFERÊNCIAS

ALCOFORADO, I. G. A construção dos mercados certificados – uma abordagem neo institucionalista. **Anais...** SOBER- Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. Passo Fundo, RS. 2002.

CALDAS, A. S.; CERQUEIRA, P. da S.; PERIN, T. F. Mais Além dos Arranjos Produtivos Locais: as Indicações Geográficas Protegidas como Unidades de Desenvolvimento Local. In:

RDE - **Revista de Desenvolvimento Econômico**. Ano VII Nº 11. Janeiro de 2005. Salvador, BA.

COUTINHO, E. P. Denominação de Origem como ferramenta de qualificação vinculada ao espaço de produção. **Anais ... XXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção**. Ouro Preto, MG, Brasil, 21 a 24 de out de 2003

DUTRA, D. R.; MACHADO, R. T. M.; CASTRO, C. C. Ações públicas e privadas na implantação e desenvolvimento de indicações geográficas do café em Minas Gerais. **Informe GEPEC**, vol. 13 nº1, p.127-148, jan./jun., 2009. Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Cascavel, Paraná, 2009.

FARINA, E. M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. **Competitividade**: mercado, Estado e organizações. São Paulo: Editora Singular, 1997.

GAZETA DO POVO. Ortigueira turbina produção de mel. Disponível em: <http://agro.gazetadopovo.com.br/noticias/agricultura/outras-culturas/ortigueira-turbina-producao-de-mel/>. Acesso em 23/02/2014

GLASS, R. F.; CASTRO, A. M. G de. **As indicações geográficas como estratégia mercadológica para vinhos**. (Textos para Discussão/Embrapa. Secretaria de Gestão e Estratégia). Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2009.

GURGEL, V. A. Aspectos jurídicos da indicação geográfica. In: **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade**: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. LAGARES, L.; LAGES, V.; BRAGA, C. (org). Brasília: SEBRAE, 2005.

KAKUTA, S. M.; SOUZA, L. L. de; SCHWANKE, F. H.; GIESBRECHT, H. O. **Indicações geográficas**: guia de respostas. Porto Alegre: SEBRAE/RS 2006.

MEL DO ALENTEJO. Denominação Geográfica Protegida. **Caderno de Especificações**. (Versão para publicação de documento único, conforme ponto 2 do artº 18º do Reg. (CE) nº1898/2006 – Envio CE em Agosto 2008) Disponível em: <http://www.certis.pt/site/component/content/article/33.html>. Acesso em 20/02/2014.

NORTH, D. **Custo de transação, Instituições e desempenho econômico**. Instituto Liberal. 2005.

SCHMIDT, C. M. **Criação e apropriação de valor no sistema agroindustrial do vinho do Vale dos Vinhedos**. Tese de Doutorado em Administração, Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 2010.

SILVA, R. C. P.; PEIXE, B. C. S. **Estudo da Cadeia Produtiva do Mel no Contexto da Apicultura Paranaense** – uma Contribuição para a Identificação de Políticas Públicas Prioritárias. Disponível em http://www.escoladegoverno.pr.gov.br/arquivos/File/anais/painel_agricultura/estudo_da_cad_eia.pdf. Acesso em 20/02/2014



ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de Governança e Coordenação do Agribusiness**: Uma Aplicação da Nova Economia das Instituições. Tese de livre docência. Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia Administração e Contabilidade. São Paulo: 1995.