
**FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO
FACULDADE FIA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE NEGÓCIOS**

IVAN LEMOS TONET

**Avaliação dos efeitos econômicos nas indicações geográficas da
Amazônia: uma abordagem aplicada à cadeia do cacau nos
territórios de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO)**

São Paulo
2026

IVAN LEMOS TONET

**Avaliação dos efeitos econômicos nas indicações geográficas da
Amazônia: uma abordagem aplicada à cadeia do cacau nos
territórios de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO)**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios, mantida pela Fundação Instituto de Administração, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Gestão de Negócios, sob a orientação da Prof^a Dr^a Gleriani Torres Carbone Ferreira.

São Paulo/2026

Ficha Catalográfica Elaborada pelo Bibliotecário Chefe
Kleber Zornoff Manrubia CRB-8 /7561

Tonet, Ivan Lemos.

Avaliação dos efeitos econômicos nas indicações geográficas da Amazônia: uma abordagem aplicada à cadeia do cacau nos territórios de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO) . / Ivan Lemos Tonet. São Paulo, [s.n.]: 2026.
165 f.: il., tab.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Gleriani Torres Carbone Ferreira.

Área de concentração: Administração.

Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios) – Faculdade FIA de Administração e Negócios, Programa de Pós-Graduação em Stricto Sensu, 2026.

1. Indicação Geográfica. 2. Cacau. 3. Amazônia. 4. Efeitos econômicos. 5. Produtos agroalimentares - Origem geográfica - Brasil. I. Ferreira, Gleriani Torres Carbone. II. Mestrado Profissional. III. Faculdade FIA de Administração e Negócios. IV. Fundação Instituto de Administração.

DEDICATÓRIA

À minha esposa Anny, minha filha Iasmin
e meu filho Guilherme, pela compreensão
e apoio ao longo desta intensa jornada.

AGRADECIMENTOS

Ao corpo docente da FIA, minha gratidão sincera pela seriedade, profundidade e generosidade intelectual com que conduzem o ensino. Cada aula, cada debate e cada provocação contribuíram não apenas para a construção desta dissertação, mas para a ampliação do meu olhar sobre estratégia, território, mercados e desenvolvimento. A convivência com professores e profissionais da FIA marcou profundamente minha trajetória.

Aos entrevistados que gentilmente aceitaram participar desta pesquisa, meu agradecimento especial. A disponibilidade em compartilhar experiências, dados, desafios e percepções foi um gesto de confiança que levo com enorme respeito. Este trabalho só ganhou consistência e verdade porque foi construído a partir das vivências reais de vocês.

À MELHOR TURMA 11 do Mestrado da FIA Business School, deixo um agradecimento carregado de sentimentos. Foram anos de trocas intensas, aprendizados coletivos, debates provocativos e apoio mútuo nos momentos mais desafiadores. A caminhada foi mais leve e mais rica porque foi compartilhada com vocês.

De maneira muito especial, agradeço à minha orientadora, Prof^a Dr^a Gleriani Torres Carbone Ferreira. Sua confiança desde o início, sua escuta atenta, suas provocações intelectuais e sua firmeza acadêmica foram fundamentais para que este trabalho alcançasse maturidade. Mais do que orientação técnica, recebi compreensão, incentivo, direção e inspiração. Sou profundamente grato pela oportunidade de aprender sob sua condução.

RESUMO

TONET, I. **Avaliação dos efeitos econômicos nas indicações geográficas da Amazônia: uma abordagem aplicada à cadeia do cacau nos territórios de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO)**. 2026. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios), Fundação Instituto de Administração e Negócios, São Paulo, 2026.

As Indicações Geográficas (IGs) consolidaram-se como instrumentos estratégicos de diferenciação econômica e valorização territorial, especialmente em cadeias agroalimentares nas quais a qualidade está associada à origem. No Brasil, apesar do crescimento no número de registros, ainda são limitadas as análises sistemáticas sobre os efeitos econômicos efetivamente ativados nos territórios, sobretudo em contextos periféricos e de institucionalidade recente, como os da Amazônia. Esta dissertação tem como objetivo analisar os efeitos econômicos na dinâmica de mercados nos territórios detentores das IGs Cacau de Tomé-Açu (PA) e Rondônia Cacau (RO), na percepção dos participantes da cadeia de valor. Parte-se do pressuposto de que o reconhecimento formal da origem pode influenciar a dinâmica econômica ao promover a qualificação dos sistemas produtivos, fortalecer mecanismos de governança e ampliar a inserção mercadológica. O estudo fundamenta-se no *framework* da FAO para avaliação de IGs, com ênfase nos efeitos econômicos de primeira ordem, articulado à metodologia brasileira de avaliação de impactos e ao instrumento diagnóstico do Sebrae, reinterpretado sob perspectiva retrospectiva. A partir dessa integração, desenvolve-se um protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das indicações geográficas, que permite classificar os territórios segundo diferentes estágios de ativação. Metodologicamente, adota-se estudo de caso múltiplo, com abordagem qualitativa, com revisão bibliográfica e entrevistas semiestruturadas com produtores, representantes institucionais e compradores. A análise de conteúdo foi conduzida com apoio do software Atlas.ti 25. Os resultados evidenciam níveis distintos de ativação econômica entre os territórios analisados, com assimetrias na internalização do selo, na captura de valor e na consolidação da governança coletiva. Como contribuição, a pesquisa propõe um protocolo analítico aplicável à avaliação econômica de IGs em outras indicações geográficas.

Palavras-chave: Indicação Geográfica. Cacau. Amazônia. Efeitos econômicos.

ABSTRACT

TONET, I. **Evaluation of economic effects in geographical indications in the Amazon: an applied approach to the cocoa value chain in the territories of Tomé-Açu (PA) and Rondônia (RO)**. 2026. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios), Fundação Instituto de Administração e Negócios, São Paulo, 2026.

Geographical Indications (GIs) have consolidated themselves as strategic instruments for economic differentiation and territorial valorization, especially in agri-food chains in which quality is associated with origin. In Brazil, despite the growth in the number of registrations, systematic analyses of the economic effects effectively activated within territories remain limited, particularly in peripheral contexts and those with recent institutional development, such as in the Amazon. This dissertation aims to analyze the economic effects on market dynamics in territories holding the GIs Cacau de Tomé-Açu (PA) and Rondônia Cacau (RO), from the perspective of value chain participants. It is based on the assumption that formal recognition of origin can influence economic dynamics by promoting the qualification of production systems, strengthening governance mechanisms, and expanding market integration. The study is grounded in the FAO framework for GI evaluation, with an emphasis on first-order economic effects, articulated with the Brazilian methodology for impact assessment and the Sebrae diagnostic instrument, reinterpreted from a retrospective perspective. From this integration, an evaluation protocol is developed to assess the activation of market-related economic effects of geographical indications, enabling the classification of territories according to different stages of activation. Methodologically, a multiple case study approach is adopted, with a qualitative design, including a literature review and semi-structured interviews with producers, institutional representatives, and buyers. Content analysis was conducted using Atlas.ti 25 software. The results reveal distinct levels of economic activation among the analyzed territories, with asymmetries in the internalization of the GI label, value capture, and the consolidation of collective governance. As a contribution, the research proposes an analytical protocol applicable to the economic evaluation of GIs in other geographical indications.

Keywords: Geographical Indication. Cocoa. Amazon. Economic effects

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Panorama das IGs Brasileiras Registradas	23
Figura 2 - Distribuição das IGs Registradas no Brasil por UF	24
Figura 3 – Integração de Modelos de Avaliação	31
Figura 4- Esquema das fases da pesquisa	51
Figura 5– Procedimento de seleção de artigos para revisão bibliográfica	53
Figura 6 - Mapa ilustrativo da cadeia de cacau na Amazônia brasileira	80
Figura 7 - Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das indicações geográficas	114

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Variáveis dos Efeitos Econômicos das IGs - Modelo da FAO.....	27
Quadro 2 – Variáveis Propostas na Metodologia de Avaliação de Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais para Indicações Geográficas – Dimensão Econômica.....	32
Quadro 3 – Perguntas da Avaliação do Potencial de Indicações Geográficas	35
Quadro 4 – Proposta de Temas da Pesquisa, Indicadores e Métricas.....	38
Quadro 5 – Classificação metodológica da pesquisa.....	49
Quadro 6 – Artigos selecionados para análise aprofundada.....	55
Quadro 7 - Matriz de amarração do projeto	59
Quadro 8 - Perfil dos entrevistados	62
Quadro 9 - Classificação do estágio dos efeitos econômicos de mercado das IGs do cacau na Amazônia.....	101
Quadro 10 - Lista de indicadores do protocolo e conceitos	120

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Temas e quantidades na seleção de artigos.....	54
Tabela 2 - Dados sobre área colhida, produção, valor e produtividade.....	73
Tabela 3 - Número de estabelecimentos agropecuários com produção de cacau (amêndoa) por Unidade da Federação	76
Tabela 4 - Análise geral de resultados da análise das entrevistas	84
Tabela 5 - Análise comparativa entre territórios das IGs	87
Tabela 6 - Análise comparativa entre grupos entrevistados	91

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	Contextualização	17
1.2	Problema de pesquisa	18
1.3	Objetivos	18
1.3.1	Objetivo geral	18
1.3.2	Objetivos específicos	18
1.4	Justificativa	19
2	REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1	Fundamentos teóricos sobre indicações geográficas	21
2.1.1	Indicações geográficas no Brasil	22
2.2	Avaliação de indicações geográficas	25
2.2.2	Integração de outros modelos	30
2.2.2.1	Modelo ESG	31
2.2.2.2	Modelo da avaliação do potencial de IG para o cacau da região central de Rondônia	33
2.3	Direcionamento teórico	37
2.4	Estrutura conceitual e constructos analíticos	39
2.4.1	Delimitação conceitual dos efeitos econômicos	41
2.4.3	Comercialização	44
2.4.4	Agregação de valor	45
3	METODOLOGIA	48
3.2	Delineamento das etapas da pesquisa	50
3.3	Revisão bibliográfica	51
3.3.1	Estratégia de busca e seleção	52
3.3.2	Organização da literatura	53
3.4	Aplicação do protocolo de estudo de caso	56
3.5	Matriz de amarração	58
3.6	Instrumentos de pesquisa	60
3.7	Coleta de dados	61
3.8	Estratégia de análise de dados	63
3.9	Limitações do método de pesquisa	67
4	RESULTADOS DA PESQUISA E DISCUSSÃO	68
4.1	Contribuições da revisão bibliográfica para análise dos efeitos econômicos das IGs	70
4.2	Análise dos dados secundários e mapeamento da cadeia do cacau na Amazônia	71
4.2.1	Produção de cacau no Brasil	72

4.2.2 A indicação geográfica de Tomé-Açu	73
4.2.3 A indicação geográfica do cacau de Rondônia	75
4.2.4 Mapeamento da cadeia produtiva do cacau da Amazônia brasileira	76
4.3 Análise do conteúdo das entrevistas.....	81
4.3.1 Análise geral dos resultados.....	83
4.3.2 Análise detalhada por território das IGs Tomé-Açu e Rondônia Cacau	86
4.1.3 Análise detalhada por grupos de entrevistados: produtores, compradores e entidades ...	90
4.4 Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômica de mercado das IGs.....	94
4.4.1 Estrutura analítica do protocolo	95
4.5 Avaliação das IGs de Tomé-Açu e Rondônia Cacau a partir do protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs.....	96
4.5.1 Avaliação da IG de Tomé-Açu.....	96
4.5.2 Avaliação da IG Rondônia Cacau	98
4.6 Análise integrada dos resultados	100
4.6.1 Produção	102
4.6.2 Comercialização	103
4.6.3 Agregação de valor.....	104
4.6.4 Território	106
4.6.5 Síntese dos resultados da análise integrada	107
5 PRODUTO TÉCNICO/TECNOLÓGICO.....	111
5.1 Construção do modelo	112
5.2 Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das indicações geográficas	113
5.3 Roteiros de entrevistas sugeridos	120
5.4 Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs	124
5.6.1 Fundamento analítico do protocolo.....	125
5.6.2 Tipologias de ativação econômica	126
5.6.3 Procedimento operacional de aplicação do protocolo	129
5.5 Contribuições e evolução do produto tecnológico	130
6 CONCLUSÃO	132
6.1 Principais resultados encontrados na pesquisa de campo	132
6.2 Observações sobre os objetivos específicos desta pesquisa	133
6.3 Recomendações para Indicações Geográficas e instituições apoiadoras	134
6.4 Limitações da pesquisa e sugestões para estudos futuros	135
6.5 Considerações finais.....	136
REFERÊNCIAS	138

APÊNDICES 142

1 INTRODUÇÃO

A valorização da origem geográfica de produtos agroalimentares tem sido reconhecida como uma estratégia de diferenciação competitiva associada à geração de valor econômico, ao fortalecimento da identidade territorial e à organização coletiva da produção.

As Indicações Geográficas (IGs) configuram instrumentos institucionais que articulam reputação, qualidade e território, criando mecanismos formais de proteção e posicionamento mercadológico em contextos marcados por crescente exigência por rastreabilidade, autenticidade e sustentabilidade (VANDECANDELAERE *et al.*, 2018). Nesse sentido, a origem deixa de ser apenas um atributo geográfico para assumir função estratégica na construção de valor simbólico e econômico.

No plano internacional, evidências indicam que as IGs podem contribuir para a obtenção de prêmios de preço, ampliação de mercados e fortalecimento da coordenação da cadeia produtiva (MENAPACE; MOSCHINI, 2024). Contudo, tais resultados não são automáticos nem homogêneos. A efetividade econômica das IGs depende de fatores como governança local, estrutura institucional e capacidade de coordenação entre atores (BELLETTI; MARESCOTTI, 2021). Assim, a IG não deve ser compreendida apenas como um registro jurídico, mas como um ativo estratégico cuja ativação econômica requer articulação entre produção, agregação de valor e mercados.

Nesse contexto, acordos comerciais internacionais ampliam a relevância estratégica das Indicações Geográficas ao estabelecer mecanismos de reconhecimento mútuo e proteção em mercados externos. Destaca-se, nesse sentido, o Acordo Mercosul–União Europeia, que prevê a proteção de um conjunto significativo de IGs entre os blocos, criando condições institucionais favoráveis à inserção de produtos diferenciados em mercados de alto valor agregado.

Para países como o Brasil, o acordo representa oportunidade potencial de ampliação de acesso a mercados, especialmente no segmento agroalimentar, ao mesmo tempo em que impõe desafios relacionados à estruturação da oferta, padronização da qualidade e capacidade de atender às exigências regulatórias e comerciais internacionais. Nesse cenário, a efetiva captura de valor associada às IGs passa a depender não apenas do reconhecimento formal, mas da capacidade de ativação econômica do instrumento em contextos competitivos e regulados.

No Brasil, observa-se crescimento consistente no número de registros de IGs, com predominância do setor agroalimentar e expansão recente em territórios amazônicos. Esse movimento reflete maior mobilização institucional e reconhecimento das IGs como instrumento de desenvolvimento territorial e diferenciação competitiva (SEBRAE, 2023). Entretanto, apesar do avanço quantitativo dos registros, persistem lacunas relevantes quanto à mensuração de seus

efeitos econômicos concretos, especialmente em contextos caracterizados por menor densidade institucional e maior vulnerabilidade socioeconômica.

A literatura nacional ainda apresenta limitações quanto ao uso de métricas estruturadas de avaliação econômica e à aplicação de modelos analíticos capazes de mensurar efeitos como variação de preços, aumento de receita, diversificação de canais de comercialização, fortalecimento da competitividade territorial e dinamização da cadeia produtiva. Essa lacuna compromete a capacidade de avaliar criticamente as IGs como instrumentos de política pública e estratégia de mercado, especialmente em contextos nos quais os efeitos econômicos dependem da articulação entre múltiplos fatores territoriais e institucionais.

Nesse contexto, o cacau amazônico emerge como objeto estratégico de investigação. A cultura do cacau apresenta relevância econômica, ambiental e simbólica na Amazônia, estando associada a sistemas agroflorestais, à conservação da biodiversidade e à geração de renda para pequenos produtores. Ao mesmo tempo, a consolidação de IGs nesse segmento ainda se encontra em processo de maturação, o que torna pertinente investigar seus efeitos econômicos de primeira ordem e as condições necessárias para sua ativação mercadológica.

Diante desse cenário, esta dissertação tem como objetivo analisar os efeitos econômicos das Indicações Geográficas no segmento do cacau na Amazônia brasileira, a partir de estudo de caso múltiplo nas regiões de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO), por meio da percepção dos atores envolvidos nessas cadeias produtivas.

Para tanto, metodologicamente, a pesquisa adota abordagem qualitativa aplicada, com utilização de fontes primárias e secundárias, na qual articula-se uma revisão bibliográfica com a aplicação de modelos analíticos fundamentados no *framework* da FAO para produtos com IG, com foco na avaliação de efeitos econômicos diretos sobre produção, agregação de valor e mercados.

Ao integrar revisão teórica estruturada, modelo analítico aplicado e investigação empírica em territórios amazônicos, o estudo pretende contribuir para o avanço do debate sobre indicação geográfica no Brasil, oferecendo mapeamento da cadeia produtiva, análises sobre seus efeitos econômicos e propondo um arcabouço metodológico replicável para avaliação de Indicações Geográficas em contextos similares.

1.1 Contextualização

A compreensão dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas torna-se particularmente relevante quando analisada no contexto amazônico, onde a institucionalização desse instrumento é relativamente recente.

Diferentemente de regiões com maior tradição em produtos de origem, como parte da Europa ou mesmo o Sul e Sudeste do Brasil, as IGs na Amazônia emergem em territórios marcados por dinâmicas produtivas ainda em consolidação e por limitações estruturais relacionadas à infraestrutura, à logística e à densidade institucional. Essas características condicionam a forma como cadeias produtivas se organizam e como estratégias de valorização da origem são incorporadas pelos agentes econômicos.

No âmbito das reconfigurações contemporâneas dos sistemas agroalimentares, o cacau amazônico emerge como uma cadeia produtiva de crescente relevância econômica e territorial. A expansão do cultivo em estados como Pará e Rondônia tem se estruturado em estreita articulação com sistemas agroflorestais e práticas produtivas orientadas à conservação ambiental, configurando uma alternativa coerente com as agendas globais de sustentabilidade.

Nesse enquadramento analítico, as Indicações Geográficas Cacau de Tomé-Açu e Rondônia Cacau configuram iniciativas recentes de valorização da origem, ao integrarem atributos territoriais, identidade produtiva e estratégias de diferenciação mercadológica.

Embora esse movimento de reconhecimento territorial esteja em curso, ainda são limitadas as evidências empíricas capazes de demonstrar de que forma a certificação de origem influencia efetivamente a dinâmica econômica desses territórios. Em especial, permanece pouco explorado o modo como as IGs afetam aspectos como organização da produção, inserção em canais de comercialização e processos de agregação de valor nas cadeias produtivas locais.

Diante desse contexto, os efeitos econômicos constituem a principal dimensão analítica desta dissertação, sendo interpretados a partir da tipologia proposta pela FAO, que classifica os resultados das IGs em efeitos de primeira, segunda e terceira ordem.

Para aprofundar essa análise, a investigação estrutura-se com base em três constructos teóricos fundamentais: produção, comercialização e agregação de valor. A articulação dessas três dimensões permite compreender de forma integrada como as Indicações Geográficas operam nos territórios estudados, conectando práticas produtivas, dinâmicas de mercado e mecanismos de valorização econômica da origem.

1.2 Problema de pesquisa

Embora as Indicações Geográficas sejam reconhecidas por seu potencial de agregar valor à produtos e promover o desenvolvimento territorial, ainda há desafios significativos para compreender como tais benefícios se materializam na prática.

Em especial, nas regiões amazônicas, onde os arranjos produtivos locais envolvem pequenos agricultores, sistemas agroecológicos e múltiplos atores institucionais, é necessário investigar com maior profundidade quais são os efeitos reais gerados pelas IGs em termos econômicos. A ausência de dados sistematizados e de modelos analíticos aplicáveis ao contexto brasileiro dificulta a avaliação de resultados e a formulação de políticas públicas mais eficazes.

Além disso, o caráter recente das IGs do cacau na Amazônia impõe um desafio adicional, uma vez que muitas das expectativas que nortearam o processo de registro ainda estão em fase de consolidação ou amadurecimento. Por isso, é fundamental retomar os objetivos iniciais do processo de registro e contrastá-los com os resultados efetivamente observados nos territórios, a fim de aferir se os efeitos econômicos esperados, como maior renda, inserção em canais de valor, diferenciação mercadológica e fortalecimento da governança, estão sendo alcançados.

Diante disso, o problema central que orienta esta dissertação pode ser assim formulado: quais são os efeitos econômicos em mercado, gerados pelas Indicações Geográficas de cacau da Amazônia?

Ao investigar essa questão, pretende-se lançar luz sobre as oportunidades e os desafios enfrentados pelas IGs como instrumentos de desenvolvimento territorial, bem como oferecer subsídios para o aprimoramento de estratégias públicas e privadas voltadas à valorização dos produtos amazônicos com indicação geográfica.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Analisar os efeitos econômicos na dinâmica de mercados nos territórios detentores das IGs Cacau de Tomé-Açu (PA) e Rondônia Cacau (RO), na percepção dos participantes da cadeia de valor.

1.3.2 Objetivos específicos

- Mapear a cadeia produtiva do cacau com IG na Amazônia brasileira.
- Analisar os efeitos econômicos das indicações geográficas nas dimensões de mercado
- Propor um protocolo para avaliação econômica das IGs.

1.4 Justificativa

As Indicações Geográficas configuram-se como instrumentos estratégicos de diferenciação mercadológica ao associarem produtos agroalimentares a atributos vinculados ao território de origem. Barjolle e Sylvander (2002) destacam que a valorização da origem depende da articulação entre regras coletivas, organização produtiva e mecanismos institucionais capazes de preservar a reputação territorial compartilhada. Tregear (2003) reforça que as IGs operam como estratégias de diferenciação baseadas na identidade local, na comunicação da origem e na construção de vínculos entre produto e território.

Tregear *et al.* (2007) aprofundam essa perspectiva ao enfatizar que a coerência entre práticas produtivas, coordenação entre atores e posicionamento mercadológico é condição para que o território se converta em ativo competitivo. Nessa mesma direção, Vandecastelaere *et al.* (2010) definem as IGs como sistemas territoriais capazes de mobilizar recursos culturais, naturais e organizacionais para geração de valor qualificado, estruturando economicamente atributos simbólicos e fortalecendo a base produtiva local.

Belletti *et al.* (2017) argumentam que o fortalecimento do vínculo entre produto e território amplia a competitividade ao integrar valor simbólico, desempenho econômico e dinamização territorial. A FAO (2018) consolida essa abordagem ao propor modelo analítico que compreende as IGs como instrumentos integrados de desenvolvimento sustentável, estruturados em diferentes ordens de impacto, com ênfase nos efeitos econômicos diretos sobre produto, produtor e território, como diferenciação de preços, evolução do faturamento, acesso a mercados qualificados e fortalecimento da coordenação territorial.

No contexto brasileiro, estudos técnicos da Embrapa (2020) indicam que sistemas agroflorestais com cacau contribuem simultaneamente para estabilidade produtiva, conservação ambiental e diversificação de renda, evidenciando a interdependência entre desempenho econômico e sustentabilidade territorial. Belletti e Marescotti (2021) demonstram que governança participativa e legitimidade institucional são elementos estruturantes para a consolidação do valor econômico e territorial das IGs. Menapace e Moschini (2024) complementam ao evidenciar que credibilidade institucional e consistência das regras coletivas influenciam a disposição a pagar e a captura de prêmios de preço, reforçando que o território, quando institucionalmente organizado, torna-se componente central da diferenciação competitiva.

O cacau amazônico insere-se nesse arcabouço como produto de elevado potencial estratégico, especialmente nas experiências de Tomé-Açu e Rondônia, onde atributos ambientais, sistemas agroflorestais e identidade produtiva estruturam a diferenciação territorial.

Contudo, apesar do avanço conceitual e institucional, persistem lacunas quanto à mensuração sistemática dos efeitos econômicos das IGs sobre produto, produtores e território no Brasil, sobretudo na Amazônia. Predominam análises descritivas, com limitada utilização de indicadores objetivos relacionados a preços, receitas, volumes comercializados, inserção mercadológica e dinamização territorial.

Ao enfrentar essa lacuna, esta pesquisa avança ao propor e operacionalizar um protocolo analítico estruturado, capaz de mensurar de forma integrada os efeitos econômicos das IGs a partir de indicadores aplicados às dimensões de produção, agregação de valor, comercialização e território. Esse avanço permite não apenas superar a limitação descritiva predominante na literatura, mas também gerar evidências empíricas comparáveis e orientadas à tomada de decisão, contribuindo para o aprimoramento de políticas públicas, estratégias de mercado e modelos de governança territorial.

Diante desse cenário, esta pesquisa propõe analisar, de forma estruturada e empiricamente fundamentada, os efeitos econômicos das IGs do cacau amazônico nas dimensões de produção, agregação de valor e comercialização, a partir da percepção dos atores envolvidos na cadeia produtiva.

Ao desenvolver e aplicar um protocolo analítico voltado à mensuração desses efeitos, o estudo busca contribuir para o fortalecimento da cadeia produtiva, para a qualificação da inserção mercadológica e para o desenvolvimento territorial sustentável na Amazônia, além de possibilitar a replicabilidade para outros territórios.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O conceito de indicações geográficas (IGs) emerge como uma importante ferramenta para agregar valor à produtos e regiões, promovendo identidade territorial, qualidade diferenciada e proteção contra falsificações. No contexto brasileiro, as IGs têm ganhado relevância em setores agroalimentares, como o cacau amazônico, devido às suas características únicas vinculadas à origem geográfica.

Este capítulo revisa os principais conceitos, abordagens teóricas e práticas relacionadas ao tema, com ênfase nos efeitos das IGs na percepção de valor, competitividade mercadológica e desenvolvimento do território.

2.1 Fundamentos teóricos sobre indicações geográficas

As Indicações Geográficas constituem uma das mais tradicionais formas de proteção de produtos vinculados à identidade territorial. A associação entre origem geográfica, qualidade e reputação consolidou-se, ao longo do tempo, como mecanismo de diferenciação no comércio europeu, especialmente a partir da criação de sistemas formais voltados ao combate de imitações e práticas concorrenciais desleais. A delimitação territorial do vinho do Porto, em Portugal, no século XVIII, é frequentemente apontada como um dos primeiros arranjos institucionais modernos de proteção da origem (FAO, 2018; Menapace; Moschini, 2024).

Ao longo do século XX, tais sistemas foram incorporados a marcos regulatórios nacionais e internacionais, consolidando as IGs como instrumentos jurídicos e econômicos voltados à proteção da reputação territorial. No cenário contemporâneo, assumem papel estratégico no comércio agroalimentar global, não apenas por diferenciarem produtos, mas por estruturarem mercados em torno da valorização da origem e da identidade territorial.

Além da valorização econômica direta, as IGs contribuem para mitigar assimetrias de informação. Ao estabelecer especificações técnicas claras e mecanismos de controle reconhecidos institucionalmente, funcionam como sinais de qualidade em mercados caracterizados por bens de credibilidade, reduzindo a incerteza dos consumidores quanto à procedência e aos atributos do produto (Monier-Dilhan *et al.*, 2021).

Nesse contexto, o conceito de *terroir* desempenha papel central ao expressar a interação singular entre fatores naturais, como clima, solo e relevo, e fatores humanos, como saberes locais e práticas culturais. O *terroir* sustenta a ideia de que determinados territórios produzem bens com qualidades específicas, dificilmente reproduzíveis em outros contextos geográficos, reforçando a singularidade como fonte de valor econômico.

Estudos sobre vinhos e azeites indicam que os prêmios de preço tendem a se intensificar em mercados de alta gama, nos quais origem e reputação territorial influenciam decisivamente

a percepção de valor (Wang *et al.*, 2025). No Brasil, pesquisas no setor vitivinícola demonstram que o *terroir* constitui elemento fundamental na diferenciação e na construção de identidade territorial distintiva, fortalecendo o valor simbólico e econômico da certificação (Castro; Lourenção; Giraldi, 2021). Assim, a valorização de ativos intangíveis vinculados ao território amplia a competitividade internacional dos produtos com IG e consolida a diferenciação por origem como estratégia de inserção externa.

Entretanto, a literatura ressalta que os impactos positivos das IGs não são automáticos nem homogêneos. Barjolle e Sylvander (2002) argumentam que efeitos estruturais, como fortalecimento da governança coletiva e valorização cultural, exigem coordenação entre atores e investimentos institucionais consistentes. Barjolle, Paus e Perret (2009) complementam ao demonstrar que os resultados dependem da articulação entre fatores institucionais, mercadológicos e territoriais, sendo limitados em contextos de baixa capacidade organizacional ou restrita visibilidade de mercado.

Mais recentemente, a FAO (2018; 2021) enfatiza a necessidade de mensuração rigorosa dos efeitos econômicos, recomendando que as análises considerem não apenas faturamento e ampliação de mercados, mas também a distribuição dos ganhos ao longo da cadeia produtiva, a fim de evitar concentração de valor nos elos mais capitalizados.

Em síntese, as IGs devem ser compreendidas não apenas como instrumentos técnicos de diferenciação, mas como arranjos institucionais complexos que articulam reputação territorial, governança coletiva e estratégias de mercado. Sua efetividade econômica depende da capacidade de converter identidade territorial em valor capturado de forma sustentável, socialmente inclusiva e territorialmente estruturada.

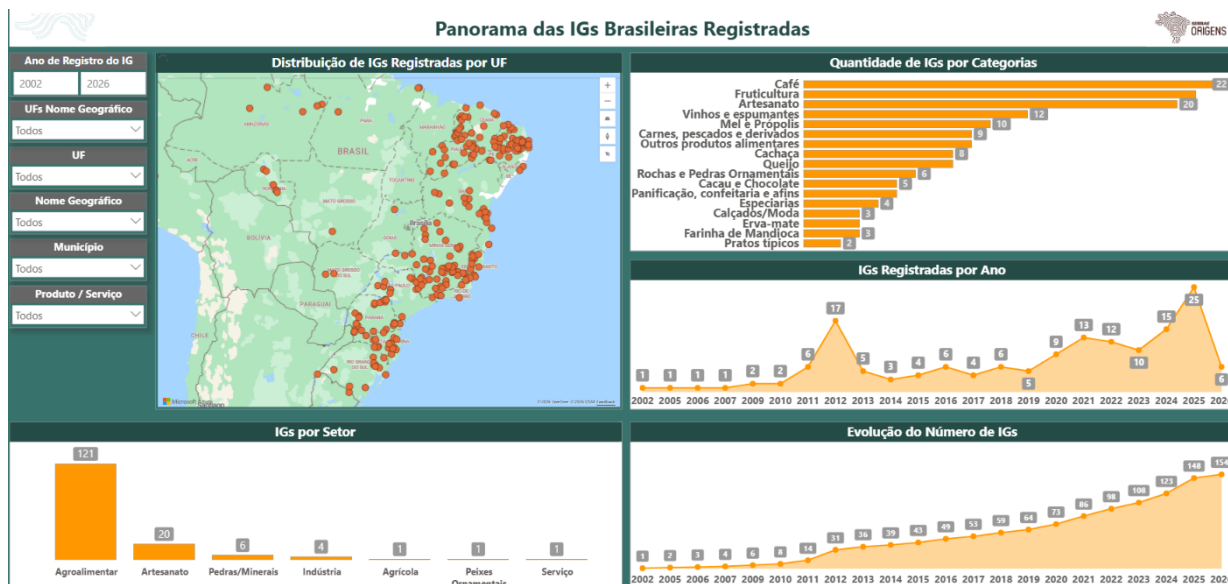
2.1.1 Indicações geográficas no Brasil

No Brasil, a regulamentação das Indicações Geográficas (IGs) foi estabelecida pela Lei nº 9.279/1996, Lei da Propriedade Industrial (LPI), sendo sua gestão de competência do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). As IGs brasileiras estão estruturadas em dois regimes jurídicos: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO), alinhando-se às diretrizes internacionais da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e da Organização Mundial do Comércio (OMC), no âmbito do Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS) (OMPI, 2017; OMC, 1994).

O país tem avançado na valorização de produtos vinculados a territórios específicos por meio das Indicações Geográficas (IGs), saindo de apenas duas em 2005 para mais de 150 nos 20 anos seguintes. Atualmente, são 154 IGs concedidas pelo Instituto Nacional da Propriedade

Industrial (INPI, 2025), das quais 122 correspondem a Indicações de Procedência (IP) e 32 a Denominações de Origem (DO).

Figura 1 – Panorama das IGs Brasileiras Registradas



Fonte: SEBRAE (2026).

Esses registros podem garantir proteção legal, reconhecimento de origem e valorização de produtos agroalimentares, artesanais e industriais, além de oferecer condições que apoiam o fortalecimento da competitividade dos produtores locais, a promoção de práticas sustentáveis e contribuem para a identidade cultural e econômica dos territórios envolvidos.

Além disso, as Indicações Geográficas (IGs) desempenham um papel estratégico na agregação de valor aos produtos brasileiros, especialmente em mercados *premium*, ao assegurarem autenticidade, qualidade diferenciada e conexão com a cultura e a tradição dos territórios de origem. Conforme argumentam Belletti e Marescotti (2021), as IGs reforçam o vínculo entre produto e território, contribuindo para a valorização econômica ao evidenciar atributos singulares relacionados ao *terroir* e aos saberes locais.

Essa valorização pode ser mais expressiva em segmentos especializados, como os de cafés, queijos, vinhos e cacau de alta qualidade, nos quais a autenticidade e a rastreabilidade tendem a ser características valorizadas pelos consumidores. Segundo Vidal (2024), essas credenciais não apenas fortalecem a reputação dos produtos no mercado interno, como também impulsionam sua inserção competitiva em mercados internacionais, onde a origem controlada é um diferencial decisivo para a exportação.

Figura 2 – Distribuição das IGs Registradas no Brasil por UF



Fonte: SEBRAE (2026).

A distribuição das IGs pelo território nacional reflete a diversidade geográfica e produtiva do Brasil. Paraná lidera o ranking com 25 indicações geográficas, seguido por Minas Gerais, com 22 indicações geográficas. Esses são estados que se destacam po registros de queijos, café, mel, fruta e cachaça. Em seguida, aparecem o Rio Grande do Sul (15 IGs) e São Paulo, com 13. No Norte, a Amazônia se fortalece no cenário das IGs, com o Amazonas possuindo oito certificações, enquanto Pará possui quatro, Rondônia três, sendo o cacau uma das principais cadeias produtivas com IG.

No total, as IGs brasileiras abrangem mais de 1700 municípios (INPI, 2025), beneficiando diretamente milhares de produtores e fortalecendo arranjos produtivos locais. Esse reconhecimento não apenas protege tradições e saberes regionais, mas também pode contribuir para desenvolvimento sustentável, inclusão social e geração de emprego e renda nos territórios impactados (Vidal, 2024).

Estudos indicam que, em países em desenvolvimento, as IGs podem estimular economias locais, preservar saberes tradicionais e diferenciar produtos no mercado global

(Artêncio; Giraldi; Galina, 2019). Contudo, tais efeitos não são automáticos. Os efeitos econômicos dependem de governança eficaz, estratégias mercadológicas consistentes e coordenação pós-registro, sob pena de limitar a captura de valor pelos produtores (Barjolle; Paus; Perret, 2009; Radhika; Thomas; Raju, 2021).

A integração das Indicações Geográficas às cadeias produtivas é amplamente reconhecida como estratégia de desenvolvimento territorial, pois conecta origem, qualidade e organização coletiva dos produtores. Ao estabelecer regras comuns e mecanismos de controle, as IGs reforçam a autenticidade dos produtos e permitem sua diferenciação no mercado, agregando valor tanto para produtores quanto para consumidores (Pecqueur, 2001).

Além disso, quando bem estruturadas, as IGs fortalecem a reputação coletiva e estimulam práticas produtivas alinhadas à sustentabilidade. Em regiões ambientalmente sensíveis, como a Amazônia, esse modelo pode contribuir para a conservação dos recursos naturais e da biodiversidade, especialmente quando associado a sistemas produtivos compatíveis com diretrizes internacionais de sustentabilidade (FAO, 2024).

Nesse contexto, a escolha das IGs “Rondônia Cacau” e “Tomé-Açu” como objetos deste estudo justifica-se por sua representatividade na produção de cacau na Amazônia brasileira, região estratégica tanto pela sua diversidade socioambiental quanto pelo potencial de desenvolvimento territorial sustentável. Ambas as IGs correspondem a experiências concretas de valorização territorial por meio do cacau, sendo reconhecidas legalmente e vinculadas a práticas produtivas alinhadas com princípios de qualidade, rastreabilidade e sustentabilidade.

A IG Rondônia Cacau expressa um modelo produtivo baseado na agricultura familiar, com forte articulação institucional e crescente acesso a mercados diferenciados. Já a IG Tomé-Açu, situada no Pará, destaca-se por integrar o cacau a sistemas agroflorestais complexos e de base cooperativista, associados a uma longa tradição de organização produtiva local.

Este estudo comparativo das duas IGs busca não apenas compreender os efeitos econômicos do registro em diferentes contextos amazônicos, mas também avaliar seus desdobramentos na agregação de valor e na inserção de produtos com identidade territorial em mercados especializados.

2.2 Avaliação de indicações geográficas

A mensuração dos efeitos econômicos de produtos protegidos por Indicação Geográfica constitui etapa estratégica para avaliar seu papel no desenvolvimento territorial. Conforme Stabler, Pira e Tisdell (2010), impacto econômico pode ser compreendido como a variação na atividade econômica de uma região decorrente da introdução de um projeto, política pública ou arranjo produtivo específico, manifestando-se por meio de indicadores como geração de renda,

valor agregado, criação de empregos, dinamização de mercados e atração de investimentos. No caso das IGs, essa variação não decorre apenas da certificação formal, mas da capacidade de converter reputação territorial em desempenho econômico efetivo.

A literatura sobre IGs demonstra que esse mecanismo pode contribuir para o fortalecimento das cadeias produtivas locais quando articulado a estruturas de governança e estratégias de mercado consistentes.

Barjolle e Sylvander (2002) destacam que os efeitos econômicos dependem da coordenação coletiva e da mobilização de recursos territoriais específicos. Vandecandelaere *et al.* (2010) reforçam que a geração de valor está associada à capacidade de estruturar sistemas territoriais que integrem qualidade, organização produtiva e inserção mercadológica.

Nessa mesma linha, Belletti e Marescotti (2021) demonstram que a IG pode reestruturar a cadeia produtiva, fortalecer a coordenação entre agentes e ampliar a captura de valor, desde que sustentada por governança participativa e regras coletivas consistentes.

Na mesma direção, Medeiros e Passador (2022) identificam impactos positivos sobre renda, emprego e organização coletiva, enquanto Monier-Dilhan *et al.* (2021) evidenciam que, em diferentes contextos europeus, os prêmios de preço associados a regimes de qualidade superam, em muitos casos, os custos adicionais de conformidade.

Contudo, como alertam Radhika, Thomas e Raju (2021), tais ganhos podem se concentrar em determinados elos da cadeia quando não há mecanismos institucionais que assegurem distribuição equitativa dos benefícios. Essa constatação converge com a abordagem da FAO (2018; 2021), que enfatiza a necessidade de mensuração estruturada e de análise da distribuição dos resultados ao longo da cadeia produtiva.

2.2.1 *Framework* FAO

Diante da complexidade dos efeitos associados às IGs, a FAO desenvolveu um *framework* metodológico que se tornou referência internacional na avaliação de seus impactos. O modelo parte da premissa de que as IGs constituem arranjos territoriais multifuncionais, cujos resultados devem ser analisados em múltiplas dimensões interdependentes. Essa perspectiva dialoga com Barjolle e Sylvander (2002), ao reconhecer a centralidade da governança coletiva, e com Vandecandelaere *et al.* (2010), ao integrar dimensões econômicas, sociais, culturais e ambientais na avaliação.

O *framework* estrutura-se em duas abordagens complementares. A análise prospectiva antecede o reconhecimento formal da IG e busca avaliar sua viabilidade a partir da existência de recursos territoriais específicos, coesão social, organização institucional e potencial de diferenciação mercadológica. Já a análise retrospectiva ocorre após a implementação e assume

caráter interpretativo e estratégico, ao examinar como a IG reconfigura a organização da cadeia produtiva, as relações institucionais e o posicionamento mercadológico ao longo do tempo (BELLETTI; MARESCCOTTI, 2021).

Para operacionalizar essa análise, a FAO propõe a identificação de três níveis de efeitos, que expressam diferentes graus de profundidade e abrangência dos impactos gerados. No primeiro nível, situam-se os efeitos econômicos diretos, associados à adesão dos produtores, ao uso do selo, ao volume e valor da produção certificada e ao desempenho comercial. Esses efeitos são fundamentais para validar economicamente a IG e estimular sua adoção pelos atores locais.

No segundo nível, observam-se transformações intermediárias relacionadas à consolidação da IG como arranjo produtivo estruturado. Incluem melhorias na estabilidade de preços e renda, ampliação do acesso a mercados, indução de investimentos, adoção de inovações e fortalecimento da governança coletiva, além de mudanças na organização da cadeia produtiva.

No terceiro nível, os efeitos assumem caráter mais amplo e territorial, envolvendo a dinamização de atividades complementares, a valorização da identidade cultural, a preservação de saberes locais e o fortalecimento da resiliência socioeconômica. Esses impactos refletem a consolidação da IG como instrumento de desenvolvimento territorial sustentável (VANDECANDELAERE *et al.*, 2010; BELLETTI; MARESCCOTTI, 2021).

A incorporação desse *framework* ao presente estudo não implica sua replicação direta, mas sua articulação com modelos analíticos complementares, permitindo estruturar uma matriz capaz de integrar produção, agregação de valor, comercialização e território sob o foco da análise dos efeitos econômicos. Essa integração possibilita uma leitura mais consistente dos resultados, ao considerar simultaneamente evidências diretas, transformações estruturais e implicações territoriais associadas à Indicação Geográfica.

Quadro 1– Variáveis dos Efeitos Econômicos das IGs - Modelo da FAO

Nível 1	Nível 2	Nível 3	Nível 4	Nível 5
RESULTADOS (PRIMEIRA ORDEM)	a) Envolvimento dos produtores	Produtores cientes da iniciativa IG		
		Produtores registrados		
		Produtores usando o selo IG		
	b) Produção rotulada IG	Volume de produção IG		
		Valor da produção IG		

CONSEQUÊNCIAS (SEGUNDA ORDEM)	c) Vendas IG	Produto IG vendido (em valor/volume)		
		Produto IG vendido (por canal de marketing)		
		Produto IG vendido (por característica do ponto de venda)		
	a) Desempenho econômico dos produtores	Preço	Prêmio de preço para produtos IG	Comparado a produtos similares
				Em diferentes estágios da cadeia de valor
				Em diferentes mercados
			Estabilização de preço para produtos IG	Comparado a produtos similares
				Em diferentes estágios da cadeia de valor
				Em diferentes mercados
		Custos	Inspeção e certificação	
			Investimentos para adaptação do processo produtivo	
			Aumento de preços de matérias-primas e outros insumos	
			Encargos administrativos ligados ao uso da IG	
			Outros custos	
		Rentabilidade	Lucro	Individual (nível de produtor único)
				Total (nível do sistema IG)
			Retornos	Individual (nível de produtor único)
				Total (nível do sistema IG)
			Valor agregado	Individual (nível de produtor único)
				Total (nível do sistema IG)
		Outros efeitos econômicos	Novos mercados geográficos	
			Novos canais de marketing	
			Diversificação de mercado	
			Estabilidade do negócio	
			Aumento da reputação das empresas IG	
			Efeitos em outros produtos da empresa	

		Distribuição dos efeitos	Vertical (ao longo da cadeia de valor IG)	
			Horizontal (dentro de cada estágio da cadeia de valor IG)	
			Fora do sistema IG	
	b) Sistema IG	Estrutura do sistema IG	Número de produtores	
			Tamanho dos produtores	
			Tipologia dos produtores	
		Organização coletiva do sistema IG	Coordenação entre produtores IG	Coordenação horizontal
				Coordenação vertical
		Investimentos e inovação		
		Resiliência		
	c) Mercados, compradores e consumidores	Redução de abusos e imitações		
		Visibilidade do produto IG		
		Consciência e apreciação do consumidor	Conhecimento do produto IG	Por consumidores finais
				Por compradores intermediários
			Qualidade percebida do produto IG	Por consumidores finais
				Por compradores intermediários
			Disposição a pagar pelo produto IG	Por consumidores finais
				Por compradores intermediários
IMPACTOS	a) Mercados de insumos	Terra		
		Mão de obra		
		Outros insumos		
	b) Produtores locais não-IG	em diferentes estágios da cadeia de valor para categorias específicas		
	c) Atividades econômicas ligadas à IG	Restaurantes e gastronomia	Por produtores IG	
			Por outras empresas	
		Hotéis e acomodações	Por produtores IG	
			Por outras empresas	
		Passeios, visitas e outros serviços	Por produtores IG	
			Por outras empresas	
		Outros produtos alimentícios e	Por produtores IG	
			Por outras empresas	
			Uso de variedades/raças específicas	

		não alimentícios	Agente de contribuição para a biodiversidade	
			Função de habitat	
	d) Outros elementos do capital territorial	Meio ambiente	Biodiversidade	
			Solo	
			Água	
		Capital social	Criação/fortalecimento de associações	
			Questões de gênero	
			Participação de agricultores	
			Produtores IG em áreas marginais	
			Justiça na distribuição de valor agregado	
			Tradições culinárias e gastronomia local	
		Capital cultural	Feiras e eventos ligados à IG	
			Artefatos específicos para produção IG	
			Paisagem agrícola	

Fonte: Adaptado de Belletti; Marescotti (2021).

2.2.2 Integração de outros modelos

Além da adoção do modelo proposto por Belletti; Marescotti (2021), para a FAO, como eixo central para a estruturação da análise dos efeitos econômicos nas Indicações Geográficas, esta pesquisa incorpora, de forma complementar e integrada, dois referenciais metodológicos que enriquecem e ampliam a capacidade analítica da avaliação proposta. A incorporação desses modelos responde à necessidade de adotar olhares complementares, capazes de aprofundar a análise especialmente na dimensão econômica, elemento considerado crítico para a sustentabilidade da IG e, conseqüentemente, para a manifestação dos efeitos de segunda e terceira ordem.

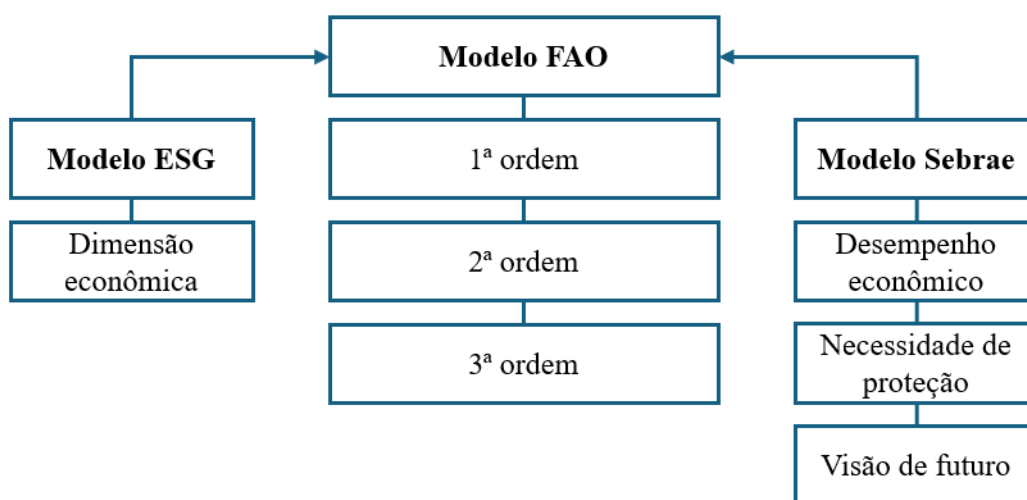
O primeiro deles é a Metodologia de Avaliação de Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais para Indicações Geográficas, desenvolvida pela Embrapa, que oferece uma abordagem estruturada, abrangente e aplicável à realidade brasileira, alinhada às diretrizes contemporâneas de sustentabilidade e, neste caso, incorpora a dimensão econômica.

O segundo é o Modelo de Avaliação de Resultados do Sebrae (Sebrae, 2020) que, embora originalmente prospectivo, traz contribuições relevantes ao oferecer indicadores centrados na geração de valor econômico, no fortalecimento dos negócios e no desenvolvimento dos territórios.

A integração desses modelos ao *framework* da FAO permite construir uma abordagem metodológica mais robusta, que não apenas dialoga com as dimensões de desenvolvimento territorial e governança, mas também reforça a análise dos efeitos econômicos como condição necessária para a efetividade dos demais impactos associados às IGs.

A seguir, detalham-se as características e as contribuições específicas de cada um desses modelos no escopo desta pesquisa.

Figura 3 – Integração de Modelos de Avaliação



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

2.2.2.1 Modelo ESG

De forma complementar ao modelo da FAO (2018) e à lógica de avaliação de resultados do Sebrae, a presente pesquisa incorpora a Metodologia de Avaliação de Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais para Indicações Geográficas, desenvolvida pela Embrapa Uva e Vinho (Mello *et al.*, 2014), tendo como estudo de caso a IG Vale dos Vinhedos.

Esse documento foi selecionado para compor o arcabouço metodológico da pesquisa por ser, até o momento, o único modelo encontrado no Brasil que estrutura de maneira formal e aplicada a avaliação de impactos de IGs alinhado à lógica ESG, de forma aplicada às três dimensões: econômica, social e ambiental.

A adoção desse referencial se dá, neste projeto, de forma prioritária e restrita à dimensão econômica, em consonância com o direcionamento metodológico adotado, que privilegia a análise dos efeitos econômicos, considerados fundamentais para sustentar os efeitos subsequentes, organizacionais, territoriais e ambientais.

A Metodologia de Avaliação de Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais para Indicações Geográficas propõe uma abordagem estruturada para a mensuração dos efeitos econômicos, por meio da aplicação de questionários e entrevistas com produtores e empresas beneficiadas pela IG, utilizando uma linha de tempo comparativa (análise antes e depois da IG). A dimensão econômica detalhada por (Mello *et al.*, 2014) no quadro 2 - Variáveis Propostas na Metodologia de Avaliação de Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais para Indicações Geográficas – Dimensão Econômica - usada como referência para este artigo, contempla indicadores como:

- Aumento no preço médio dos produtos certificados;
- Valorização da terra na região abrangida pela IG;
- Crescimento no faturamento dos produtores e das empresas;
- Incremento na produtividade, no volume produzido e nas vendas;
- Acesso a mercados diferenciados e percepção de agregação de valor;
- Nível de investimentos realizados após a certificação, tanto em melhoria de processos quanto em infraestrutura;
- Geração de empregos diretos e indiretos no território;
- Participação dos produtos com IG no faturamento total das empresas e no mercado local ou externo.

Quadro 2 – Variáveis Propostas na Metodologia de Avaliação de Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais para Indicações Geográficas – Dimensão Econômica

Indicadores	Métricas
Renda	R\$/ano
Tamanho da propriedade	Ha, em períodos de tempo
Evolução no faturamento	R\$/ano no mercado interno e no mercado externo
Crescimento do <i>marketshare</i>	Nº total de unidades que a empresa vendeu pelo total de unidades vendidas
Evolução no preço da terra	R\$/ha
Evolução no preço médio da produção	Preço médio anual recebido para cada tipo de produto
Evolução perfil da mão-de-obra	Nº de empregados permanentes, Nº de empregados temporários, Nº mão de obra familiar, valor médio das remunerações (considerar produção de uva, vinho fino com IP, vinho fino sem IP, outras atividades agropecuárias e não agropecuárias)
Acesso a crédito	Nº de programas ou fontes de financiamento disponíveis para promover o desenvolvimento da produção (investimentos, custeio, comercialização, PRONAF, outros)

Evolução da estrutura da propriedade	Proprietário; arrendatário; parceiro; capital estrangeiro; capital nacional
Crescimento da produção/ produtividade	Quantidade/Nº de caixas ou litros/ha
Evolução da estrutura da propriedade	Proprietário; arrendatário; parceiro; capital estrangeiro; capital nacional
Investimentos realizados para melhoria da qualidade da produção	Importância relativa dos investimentos realizados pelos vinicultores para incrementos da qualidade (%: monitoramento na produção de uva, tecnologia industrial, treinamento com pessoal, formação de parcerias)
	Nº de empregados permanentes, Nº de empregados temporários, Nº mão de obra familiar, valor médio das remunerações
	Importância relativa dos investimentos realizados pelos viticultores para incrementos da qualidade e o rendimento da uva (%: tecnologia agrícola, boas práticas, treinamento com pessoal, etc.)
Crescimento da produção/produtividade	Quantidade/Nº de caixas ou litros/ha
Tamanho da propriedade	Ha, em períodos de tempo
Incremento do turismo	Nº de turistas/ano (diferenciado enoturismo de outro tipo de produtor de indústria)
	Gasto médio por turista ao ano
	Enoturismo: evolução do nº de atividades criadas no entorno ao enoturismo
Benefício à economia regional	Nº de comércio: restaurantes, hotéis, artesanato, serviços, evolução do número com ênfase de 2002 até agora
	Evolução do nº de empregos no setor de turismo por ano
Crescimento do emprego	Evolução no nº de empregos
Evolução no preço da terra	R\$/ha
Condições de infraestrutura coletiva (estradas, saneamento, energia elétrica, escolas, etc.)	Investimentos em escolas construídas ou reativadas, saneamento básico, estradas vicinais, estradas, eletricidade, telefonia, etc.

Fonte: Adaptado de Mello *et al.* (2014).

2.2.2.2 Modelo da avaliação do potencial de IG para o cacau da região central de Rondônia

Embora a Avaliação do Potencial de IG desenvolvida pelo Sebrae tenha sido concebida como instrumento prospectivo, voltado à análise de viabilidade antes do reconhecimento formal, sua estrutura permite aplicação também em perspectiva retrospectiva.

Nesta pesquisa, o modelo utilizado na Avaliação do Potencial de IG para o Cacau da Região Central de Rondônia (Sebrae, 2020) é reinterpretado como ferramenta de mensuração dos efeitos econômicos observados após o registro da IG.

A pertinência dessa adaptação encontra fundamento na literatura que compreende as IGs como arranjos institucionais cuja efetividade depende da capacidade de transformar reputação territorial em valor econômico. Barjolle e Sylvander (2002) demonstram que a proteção da origem somente produz efeitos quando há coordenação coletiva e mecanismos de controle capazes de preservar a reputação compartilhada. Barjolle, Paus e Perret (2009) reforçam que os resultados econômicos variam conforme a articulação entre governança, mercado e território, o que exige monitoramento contínuo para avaliar desempenho e apropriação de benefícios.

Vandecandelaere *et al.* (2010) destacam que a valorização da origem requer instrumentos que assegurem coerência entre especificações técnicas, uso do nome geográfico e reconhecimento mercadológico. Nesse sentido, dois elementos centrais do modelo Sebrae assumem relevância analítica nesta pesquisa: a existência de evidências de falsificação ou usurpação do nome geográfico por produtores externos à área delimitada e a exigência, por parte dos compradores, de garantia formal de origem como condição de compra.

O primeiro elemento evidencia a função da IG como proteção da reputação territorial, pois a existência de falsificações sinaliza reconhecimento de mercado, mas também fragilidades institucionais que podem comprometer a captura de valor pelos produtores legítimos (Barjolle; Sylvander, 2002).

O segundo refere-se à exigência de garantia formal de origem pelos compradores, indicando redução de assimetrias de informação e demonstrando que a origem influencia efetivamente as decisões de compra, configurando ativação econômica da IG (Monier-Dilhan *et al.*, 2021).

A sistematização proposta pela FAO (2018; 2021) reforça a necessidade de mensuração estruturada desses efeitos econômicos diretos, enquanto Menapace e Moschini (2024) demonstram que credibilidade institucional e consistência das regras coletivas influenciam a disposição a pagar e a capacidade de captura de prêmios de preço. Nesse contexto, os indicadores do modelo Sebrae, originalmente utilizados como critérios prospectivos de elegibilidade, passam a operar como métricas de efetividade econômica pós-registro.

Ao incorporar essas variáveis à matriz analítica da pesquisa, o modelo Sebrae contribui para operacionalizar a avaliação dos efeitos econômicos de primeira ordem, conectando proteção da reputação territorial, reconhecimento de mercado e desempenho comercial. Essa integração fortalece a consistência metodológica do estudo ao articular produção, agregação de valor, comercialização e território sob perspectiva empiricamente fundamentada.

Quadro 3 – Perguntas da Avaliação do Potencial de Indicações Geográficas

Questão	Dimensão	Pergunta
1	Critério Produto	Existem evidências históricas e de mercado que são capazes de comprovar que o nome geográfico analisado é reconhecido pelos consumidores como centro produtor, extrator ou fabricante de determinado produto? Quais?
2		Existem evidências ou possibilidades de comprovação do vínculo das qualidades ou características do produto com o meio geográfico analisado, incluindo os fatores naturais, relacionados ao meio ambiente, e os fatores humanos, relacionados ao saber-fazer e às tecnologias utilizadas pelos produtores? Quais?
3		Quais são as características/qualidades do produto vinculado à área geográfica indicada?
4		Existem derivados do produto produzidos na área geográfica indicada? Se sim, quais são?
5		O produto possui características/qualidades que lhe atribuem reputação de mercado (local, regional, nacional ou internacional) e diferenciação em relação a outros produtos similares disponíveis no mercado? Se sim, quais são?
6		Desde quando o produto é produzido na área geográfica?
7		O produto/processo produtivo atende às regulamentações legais (sanitária, ambiental, segurança, entre outras)?
8	Critério Territorialidade	Existe uma área geográfica específica que é reconhecida pelo mercado como centro produtor do produto? Qual a abrangência e qual o tamanho aproximado dessa área geográfica?
9		Quais etapas do processo produtivo (produção no campo, manufatura, fabricação/elaboração, processamento, agro-industrialização, beneficiamento, embalagem e distribuição) são executadas na área geográfica indicada? Quais dessas etapas definem a reputação, as características ou qualidades do produto da IG pelo mercado?
10		Os produtores estão todos sediados na área geográfica indicada?
11	Critério Método de Produção/ Cadeia Produtiva	Quais etapas do processo produtivo são envolvidas com o produto a ser protegido da produção primária à distribuição?
12		Existe, por parte dos produtores ou na cadeia produtiva, uma prática comum ou um modo tradicional de produção que define a forma de fazer o produto? Está documentado ou na cabeça dos produtores?
13		Existe um sistema de controle de qualidade da produção praticado na área geográfica? Se sim, como é realizado esse controle da qualidade? Está documentado?
14		Como se comporta a cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada? Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva?
15		As instituições públicas reconhecem e implementam políticas públicas de valorização e apoio à cadeia produtiva do produto analisado?

16	Critério Governança	Existe uma organização (associação, cooperativa, consórcio, condomínio, sindicato, federação) na área geográfica que representa a coletividade dos produtores? Se sim, essa organização é formalizada? Possui estatuto que consolida seu papel de representação dos interessados na produção do produto na área geográfica indicada?
17		Atualmente, como está a atuação dessa entidade quanto à representatividade do conjunto de produtores da área geográfica indicada?
18		Essa entidade dispõe de saúde financeira e/ou capacidade de articulação para a busca por recursos?
19		Existem outras organizações que concorrem com a representatividade dos produtores na área geográfica?
20		Como se dá a interação e o relacionamento entre os produtores do produto na área geográfica indicada?
21	Critério Identidade e Senso de Pertencimento	Quais os valores, crenças e princípios dos produtores e lideranças da área geográfica indicada orientam a produção e a relação com os consumidores e a comunidade?
22		Há sentimento de autoestima dos produtores em pertencer à área geográfica indicada, capaz de gerar um engajamento positivo no desenvolvimento do território?
23		Na percepção dos produtores, a população local reconhece o produto como parte da identidade do território?
24		Há o reconhecimento público ou de mercado do produto ou do saber-fazer (IPHAN, <i>SlowFood</i> , chefs, restaurantes, festivais, entre outros)?
25	Critério Desempenho Econômico	Qual a quantidade de produtores que estão envolvidos em cada etapa de produção na área geográfica?
26		Qual o volume de produção do produto na área geográfica indicada? Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no estado e no país?
27		Qual o valor monetário (R\$) da produção anual do produto na área geográfica?
28	Qual o valor monetário (R\$) da produção anual do produto na área geográfica?	Existem evidências de falsificações do produto no mercado com usurpação do uso do nome geográfico, da tradição e saber-fazer por produtores que estão fora da área geográfica?
29		Os compradores do produto da área geográfica indicada têm exigido garantia de origem como requisito de compra?
30	Critério Pesquisa Envolvida	Existem fatores naturais, tais como fatores ambientais, biológicos, do ecossistema ou eventos naturais, que influenciam nas características e qualidades do produto?
31		Existem fatores humanos, tais como o saber-fazer dos produtores/prestadores de serviços, tradição, tecnologias, que influenciam nas características e qualidades do produto?
32		Existem estudos técnico-científicos de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs) que podem comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico? Quais são? Se não, quais estudos

		seriam necessários para comprovar as características e qualidades do produto vinculadas ao meio geográfico?
33		Quais ICTs estão envolvidas ou podem ser envolvidas na realização de estudos técnico-científicos para comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico?
34	Visão de Futuro	Quais são as metas/expectativas do conjunto de produtores da área geográfica indicada em relação ao alcance de mercados (local, regional, nacional, internacional) para o produto?
35		Quais são as metas/expectativas dos produtores da área geográfica indicada em relação ao desenvolvimento do território?

Fonte: Adaptado de Sebrae (2020).

2.3 Direcionamento teórico

Diante dos modelos adotados e, à luz dos objetivos propostos, esta pesquisa atribui caráter prioritário à avaliação dos efeitos econômicos com foco em mercados, aqui compreendido por três dimensões que serão amplamente discutidas adiante, quais sejam: 1) produção; 2) comercialização; e 3) agregação de valor. Esse modelo proposto passa a ser chamado de Protocolo para Avaliação de Efeitos Econômicos nas Dimensões de Mercados das Indicações Geográficas.

A priorização dos efeitos econômicos com foco em mercados se justifica por compreender que são esses efeitos que dão sustentação à própria existência, manutenção e expansão das IGs.

Caso esses resultados econômicos iniciais, como diferenciação competitiva, geração de valor percebido, aumento de preços e acesso a mercados, não se concretizem, é pouco provável que os efeitos sociais e ambientais de segunda ordem (organização coletiva, fortalecimento da governança e coesão social) e de terceira ordem (desenvolvimento territorial, sustentabilidade e valorização cultural) se manifestem de forma consistente.

Essa lógica é corroborada por Barjolle e Sylvander (2002) que destacam que a adesão dos produtores e o sucesso das IGs dependem, inicialmente, da geração de valor econômico concreto. Sem essa base, não há incentivo suficiente para a articulação coletiva, para a manutenção de padrões de qualidade, nem para a consolidação das práticas de governança e desenvolvimento sustentável.

Portanto, o modelo metodológico adotado nesta pesquisa parte da premissa de que a verificação da ocorrência e dos efeitos econômicos são condição necessária para que se possa avançar na análise e na consolidação dos demais efeitos de segunda e terceira ordem.

Essa abordagem está alinhada às diretrizes do modelo da FAO (Belletti; Marescotti, 2021), aos princípios da Metodologia de Avaliação de Impactos Econômicos, Sociais e

Ambientais para Indicações Geográficas e ao modelo de Avaliação do Potencial de IG para o Cacau da Região Central de Rondônia, compondo uma estratégia analítica integrada, coerente e aplicável tanto para a análise acadêmica quanto para a formulação de políticas e ações de desenvolvimento territorial.

Quadro 4 – Proposta de Temas da Pesquisa, Indicadores e Métricas

Dimensão	Indicador	Métrica
Produção	Produtores	Quantidade de produtores na região geográfica da IG
		Tamanho dos produtores
		Quantidade de produtores cientes da iniciativa IG
		Quantidade de produtores registrados para utilização do selo IG
		Quantidade de produtores que utilizam o selo de IG
	Volume de produção	Volume de produção do produto na área geográfica indicada?
		Volume de produção com selo IG (arroba/tonelada)
	<i>Market share</i> da produção	Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no estado?
		Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no país?
	Valor da produção com selo IG	Valor da produção anual com selo IG R\$
	Cadeia produtiva	Como se comporta a cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada?
	Benefícios da IG	Percepção dos benefícios
	Custo de adequação e uso do selo da IG	Dificuldade com custo de adequação à IG
		Dificuldade com custo de manutenção aos padrões e normas da IG
Comercialização	Mercado geográfico	Novos mercados geográficos
	Canais de marketing	Novos canais de marketing
	Crescimento do <i>market share</i>	Nº total de unidades que a empresa vendeu pelo total de unidades vendidas
	Relação comercial	Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva?
		Total de produtos vendidos

	Produtos com IG vendidos	Total de produtos vendidos (por canal de marketing)
		Total de produtos vendidos (por característica do ponto de venda)
	Renda	R\$/ano
	Faturamento	Evolução no faturamento (R\$/ano no mercado interno)
		Evolução no faturamento (R\$/ano no mercado externo)
	Lucro	Percentual de lucro sobre o faturamento dos produtos com IG
	Outros efeitos econômicos	Diversificação de mercado
		Efeito em outros produtos da empresa
		Aumento da reputação das empresas IG
		Novos negócios e/ou iniciativas para geração de negócios ligados à IG
Agregação de valor	Prêmio de preço para produtos com IG (preço mais elevado)	Comparado a produtos similares
		Em diferentes estágios da cadeia de valor
		Em diferentes mercados
	Redução de abusos e imitações	Houve redução de abusos e imitações
	<i>Branding</i>	Realização de investimento estruturado em <i>branding</i>
	Certificações adotadas	Valor agregado por outras certificações
	Visibilidade do produto com IG	Percepção de aumento da visibilidade dos produtos com IG
	Distribuição do valor agregado ao longo da cadeia produtiva	% do valor final do produto que fica com cada elo (ex: produtor, beneficiador, vendedor)
		Justiça na distribuição de valor agregado
	Reconhecimento e valorização do consumidor	Qualidade percebida do produto com IG
		Exigência dos compradores
		Disposição a pagar pelo produto com IG

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Belletti e Marescotti (2021), Melo et. al (2014) e Sebrae (2020).

2.4 Estrutura conceitual e constructos analíticos

A estrutura conceitual desta pesquisa organiza-se a partir da necessidade de traduzir fundamentos teóricos consolidados em categorias analíticas operacionais capazes de sustentar a investigação empírica.

Considerando que as Indicações Geográficas configuram arranjos institucionais complexos, cujos efeitos extrapolam a esfera jurídica e alcançam dimensões produtivas,

mercadológicas e territoriais, torna-se necessário adotar referencial capaz de captar tais impactos de forma integrada.

Barjolle e Sylvander (2002) demonstram que a valorização da origem depende da coordenação coletiva e da capacidade de preservar a reputação territorial como ativo econômico compartilhado, indicando que os efeitos da IG estão condicionados à organização produtiva e à governança local. Wilkinson (2008) amplia essa discussão ao situar a competitividade das cadeias agroalimentares no território, destacando que desempenho econômico resulta da articulação entre atores, instituições e recursos específicos, reforçando a centralidade territorial na estruturação das cadeias.

Vandecastelaere *et al.* (2010) aprofundam essa abordagem ao tratar as IGs como sistemas territoriais que mobilizam recursos naturais, culturais e organizacionais para gerar valor qualificado. Porter e Kramer (2011) contribuem com a noção de valor compartilhado, segundo a qual a criação de valor econômico sustentável depende da capacidade de reconceber produtos e mercados, redefinir a produtividade na cadeia e fortalecer clusters locais, integrando competitividade e desenvolvimento territorial.

Mais recentemente, Belletti e Marescotti (2021) evidenciam que as IGs podem reestruturar cadeias produtivas e fortalecer a governança coletiva, enquanto Castro, Lourenção e Giraldi (2021) e Menapace e Moschini (2024) demonstram que origem, reputação e credibilidade institucional influenciam a percepção de qualidade e a disposição a pagar em mercados diferenciados.

A partir desse arcabouço teórico, a pesquisa estrutura-se em três constructos analíticos que orientam a revisão bibliográfica, os instrumentos de coleta e a análise empírica:

- Produção, relacionada à organização da base produtiva e à redefinição da produtividade na cadeia de valor, contempla adesão ao sistema de IG, volumes certificados, uso do selo e custos de conformidade, refletindo a capacidade de estruturar a oferta sob padrões compartilhados de qualidade.
- Comercialização, associada à reconcepção de produtos e à inserção mercadológica diferenciada, analisa canais de comercialização, estratégias de posicionamento, precificação e expansão territorial das vendas, considerando que a diferenciação por origem depende do reconhecimento efetivo pelo mercado.
- Agregação de valor, que expressa a conversão de atributos tangíveis e intangíveis em vantagem competitiva sustentável, abrange prêmios de preço, reputação coletiva, inovação no portfólio e distribuição de valor entre os elos da cadeia.

A adoção desses três constructos encontra respaldo na literatura que reconhece as IGs como instrumentos de diferenciação competitiva e dinamização territorial, cuja efetividade depende da interação entre organização produtiva, inserção mercadológica, captura de valor e governança territorial.

Nas seções seguintes, cada constructo será aprofundado com base nesses referenciais, consolidando uma compreensão integrada de seus efeitos sobre as cadeias produtivas e os territórios. Contudo, antes da apresentação dos constructos analíticos que estruturam esta pesquisa, torna-se necessário esclarecer o conceito de efeitos econômicos adotado neste estudo.

Embora a literatura sobre Indicações Geográficas frequentemente utilize os termos efeitos e impactos de forma intercambiável, a distinção conceitual entre eles é relevante para delimitar o escopo analítico da investigação.

2.4.1 Delimitação conceitual dos efeitos econômicos

Na literatura de avaliação de políticas públicas e programas de desenvolvimento, é comum distinguir conceitualmente os termos efeitos e impactos, embora ambos se refiram a mudanças decorrentes de uma intervenção ou instrumento institucional. De modo geral, os efeitos correspondem aos resultados observáveis associados à implementação de determinada política, mecanismo ou estratégia econômica, enquanto os impactos referem-se a transformações mais amplas e duradouras que se manifestam nas estruturas econômicas, sociais ou institucionais ao longo do tempo.

No campo da avaliação de programas, a análise concentra-se na identificação das mudanças verificadas após a implementação de uma intervenção, frequentemente por meio da comparação entre situações anteriores e posteriores ao programa ou entre participantes e não participantes. Conforme argumenta Weiss (1998), a avaliação busca examinar se e em que medida as mudanças observadas podem ser associadas à ação do programa, investigando melhorias nas condições dos beneficiários, alterações comportamentais ou transformações nas dinâmicas institucionais relacionadas à intervenção. Nesse sentido, os efeitos podem ser compreendidos como os resultados observáveis associados ao funcionamento do instrumento analisado.

Por sua vez, o conceito de impacto tende a designar mudanças mais profundas e duradouras, geralmente verificadas em horizontes temporais mais longos. De acordo com Rogers (2014), avaliações de impacto procuram identificar as mudanças produzidas por uma intervenção, incluindo efeitos primários e secundários de longo prazo associados às políticas ou programas analisados. Assim, enquanto os efeitos indicam mudanças pontuais ou

incrementais na dinâmica de um programa ou política, os impactos refletem transformações mais amplas capazes de alterar trajetórias de desenvolvimento e dinâmicas institucionais.

Essa distinção também é adotada nos modelos de avaliação utilizados por organismos internacionais, os quais diferenciam níveis analíticos de resultados para evitar a sobreposição entre efeitos imediatos e transformações estruturais. A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO) utiliza uma abordagem baseada na cadeia de resultados, que distingue *outputs*, *outcomes* e *impacts* na análise de políticas e instrumentos voltados ao desenvolvimento de sistemas agroalimentares e territórios rurais.

Nessa perspectiva, os *outputs* correspondem aos resultados diretos e imediatos da intervenção, como a implementação de instrumentos, a criação de mecanismos institucionais ou a formalização de estruturas organizacionais. Os *outcomes* referem-se aos efeitos econômicos observáveis no curto e médio prazo, expressos em mudanças no comportamento dos agentes, nas práticas produtivas e nas condições de inserção em mercado. Já os *impacts* dizem respeito a transformações estruturais de longo prazo, relacionadas ao desenvolvimento econômico, social e territorial.

Essa distinção é particularmente relevante para a análise das Indicações Geográficas, uma vez que evita a interpretação automática de resultados imediatos como evidência de impacto estrutural. Ao diferenciar efeitos e impactos, torna-se possível compreender que a ativação econômica da IG se manifesta inicialmente na forma de efeitos mensuráveis no nível da produção, da comercialização e da agregação de valor, enquanto os impactos correspondem a mudanças mais amplas e duradouras na dinâmica territorial. Dessa forma, a análise proposta neste estudo concentra-se nos efeitos econômicos de primeira ordem, sem desconsiderar sua possível evolução para níveis mais profundos de transformação ao longo do tempo (FAO, 2018; FAO, 2021).

2.4.2 Produção

A produção agroalimentar no âmbito das Indicações Geográficas deve ser compreendida como processo articulado de geração de valor que integra recursos naturais, saberes locais e instituições territoriais. Trata-se de dinâmica que ultrapassa a dimensão técnica da produção e incorpora elementos organizacionais e reputacionais que sustentam a identidade vinculada à origem.

A literatura de sistemas agroindustriais passou a enfatizar que a produção não pode ser analisada de forma isolada, mas como parte de arranjos interdependentes estruturados por mecanismos de coordenação. Zylbersztajn (1995) evidencia que a eficiência sistêmica resulta da coordenação entre agentes interdependentes, reforçando que a produção é condicionada por

relações institucionais que estruturam incentivos, alinham expectativas e reduzem comportamentos oportunistas.

Na mesma linha, Farina (1999), com base na Economia dos Custos de Transação e na Organização Industrial, demonstra que o desempenho dos sistemas agroindustriais depende do alinhamento entre atributos das transações, como especificidade de ativos, frequência e incerteza, e as estruturas de governança adotadas. Nesse contexto, a coordenação vertical e os arranjos contratuais tornam-se centrais para assegurar estabilidade, reduzir custos de transação e sustentar competitividade.

Batalha (2001) consolida o conceito de cadeia produtiva como conjunto estruturado de atividades e agentes interligados, cuja competitividade depende da articulação entre produção, processamento e distribuição, evidenciando a natureza sistêmica da organização agroindustrial.

Wilkinson (2008) amplia essa análise ao situar as cadeias agroalimentares no território, argumentando que o desempenho econômico depende da interação entre atores, instituições e recursos específicos, destacando que a competitividade dos sistemas agroalimentares passa a depender também de fatores territoriais, institucionais e organizacionais.

Estudos mais recentes evidenciam que, em sistemas baseados em diferenciação por origem, a governança coletiva assume papel estratégico. Artêncio, Giraldi e Galina (2019) destacam que a manutenção da reputação como ativo econômico exige coordenação interorganizacional e padronização produtiva. Nesse contexto, a consolidação de mecanismos coletivos de coordenação e controle torna-se fundamental para fortalecer a confiança entre os atores, garantir a conformidade produtiva e sustentar a reputação compartilhada que caracteriza os sistemas baseados em indicação geográfica.

Ainda no campo da governança das Indicações Geográficas, Mao e Görg (2020) demonstram que a fragilidade nos mecanismos de controle e *enforcement* pode comprometer a credibilidade do sistema produtivo, reduzindo os benefícios econômicos associados à certificação e enfraquecendo a reputação coletiva construída pelos produtores.

Além dos mecanismos institucionais de controle, a própria configuração do processo produtivo pode influenciar a percepção de autenticidade e valor associada aos produtos com indicação geográfica. Li *et al.* (2025) demonstram que a forma como os métodos produtivos são comunicados aos consumidores, especialmente quando associados a fundamentos científicos ou tecnológicos, pode alterar a percepção de autenticidade e, consequentemente, a valorização econômica do produto.

Nesse sentido, aplicada às Indicações Geográficas, a cadeia produtiva apresenta especificidade adicional: baseia-se em ativos territoriais não replicáveis, conhecimento tácito e

capital social local, exigindo mecanismos institucionais que assegurem integridade, rastreabilidade e conformidade com padrões coletivamente definidos. A produção, portanto, deve ser analisada como arranjo institucional territorializado, no qual coordenação, governança e qualidade compartilhada estruturam a diferenciação competitiva.

2.4.3 Comercialização

O constructo comercialização, no contexto de sistemas produtivos estruturados em torno de Indicações Geográficas, deve ser compreendido como um sistema articulado de relações econômicas, institucionais e simbólicas que organiza a inserção de produtos diferenciados nos mercados. Mais do que operações de compra e venda, a comercialização constitui espaço estratégico no qual se constroem, comunicam e legitimam valores associados à origem, à reputação coletiva e à identidade territorial, convertendo atributos específicos em reconhecimento mercadológico.

Barjolle e Sylvander (2002) demonstram que, nas IGs, a comercialização exerce dupla função. De um lado, viabiliza a captura de valor por meio da diferenciação baseada na origem e na tipicidade; de outro, protege a reputação territorial contra usos indevidos do nome geográfico. Nesse contexto, a comercialização assume papel central na consolidação da presença dos produtos em diferentes mercados geográficos, contribuindo para ampliar o alcance territorial das vendas e fortalecer o reconhecimento da origem como atributo competitivo.

Tregear *et al.* (2007) ampliam essa compreensão ao evidenciar que o valor dos produtos com IG resulta das interações entre produtores, distribuidores, consumidores e instituições. O mercado deixa de ser visto apenas como mecanismo de precificação e passa a ser entendido como arena relacional, na qual autenticidade, confiança e reconhecimento social são continuamente negociados. Wilkinson (2008) reforça essa perspectiva ao situar os mercados agroalimentares no território, destacando que os canais de distribuição exercem função não apenas logística, mas também simbólica, ao mediar a construção da narrativa territorial e o reconhecimento da qualidade associada à origem.

Vandecandelaere *et al.* (2010) enfatizam que a consolidação mercadológica das IGs depende da coerência entre especificações técnicas, mecanismos de controle e estratégias de posicionamento. A consistência entre produção, certificação e comunicação contribui para sustentar a credibilidade do sistema e favorecer o crescimento do volume de vendas de produtos com IG, tanto em mercados domésticos quanto em mercados internacionais.

Sob a ótica do marketing, Kotler e Keller (2012) argumentam que o valor percebido pelos consumidores decorre da relação entre benefícios e custos, abrangendo dimensões funcionais, emocionais e simbólicas. No caso das IGs, atributos como autenticidade, tradição

produtiva e pertencimento territorial ampliam os benefícios percebidos e influenciam a disposição a pagar, impactando diretamente indicadores econômicos como faturamento, renda e lucratividade associados aos produtos diferenciados.

Artêncio, Giraldi e Galina (2019) destacam que estratégias de comercialização estruturadas em torno da origem fortalecem a articulação entre os atores e contribuem para a valorização do território como ativo econômico.

A literatura sobre indicações geográficas também aponta que a diferenciação associada à origem pode gerar valorização econômica nos mercados. Monier-Dilhan *et al.* (2021) indicam que esquemas de qualidade baseados em indicação geográfica estão associados à obtenção de prêmios líquidos de preço, sugerindo que consumidores reconhecem e valorizam atributos vinculados à origem certificada. Belletti e Marescotti (2021) ressaltam que a organização mercadológica constitui elemento fundamental para a consolidação da governança coletiva e para a estabilidade do sistema de diferenciação.

Medeiros e Passador (2022) ampliam essa compreensão ao situar a comercialização orientada pela origem como mecanismo integrador de dimensões econômicas e institucionais, articulando geração de renda, coordenação produtiva e fortalecimento territorial.

Radhika, Thomas e Raju (2023) argumentam que as indicações geográficas podem atuar como estratégia de posicionamento mercadológico capaz de ampliar o acesso a mercados premium e estimular a diversificação de mercados e canais de comercialização. Esse processo pode gerar efeitos econômicos adicionais para as empresas envolvidas, como o fortalecimento da reputação empresarial, a criação de novos negócios associados à origem e o estímulo à comercialização de outros produtos da mesma empresa ou território.

Por fim, Wang *et al.* (2025) analisam a relação entre certificação e formação de preços, indicando que produtos com indicação geográfica tendem a apresentar *price premiums* mesmo em contextos nos quais coexistem certificações formais e alegações de origem não certificadas.

Nesse sentido, a comercialização nas Indicações Geográficas deve ser analisada como dimensão estratégica que condiciona a capacidade do território de transformar atributos de origem em desempenho econômico consistente, refletido em expansão de mercados, crescimento das vendas, aumento do faturamento e fortalecimento das relações comerciais ao longo da cadeia produtiva.

2.4.4 Agregação de valor

A dimensão da agregação de valor nas Indicações Geográficas deve ser compreendida como processo estruturado de construção econômica e simbólica que ultrapassa a proteção jurídica da origem e se consolida na diferenciação competitiva e na geração de valor territorial.

Mais do que incremento de preço, trata-se da capacidade de transformar atributos territoriais em vantagem econômica sustentável.

A base conceitual dessa compreensão encontra-se na noção de qualidade territorial proposta por Pecqueur (2001), segundo a qual o valor econômico resulta da articulação entre recursos naturais, saberes locais e organização coletiva. O território deixa de ser mero suporte físico e passa a constituir ativo produtivo estratégico.

Tregear (2003) aprofunda essa perspectiva ao enfatizar que a comunicação da identidade local é elemento central na formação de mercados diferenciados, nos quais a origem se converte em atributo competitivo.

No campo da gestão de marcas, Keller (2006) demonstra que a criação de associações fortes, favoráveis e únicas na memória do consumidor amplia a resposta diferenciada à marca e sustenta maior disposição a pagar. Essa lógica aplica-se às indicações geográficas na medida em que reputação territorial, autenticidade e tradição produtiva estruturam associações distintivas capazes de sustentar diferenciação no mercado.

Vandecandelaere *et al.* (2010) consolidam essa abordagem ao destacar que a valorização da origem depende da coordenação entre atores e da mobilização de recursos territoriais tangíveis e intangíveis. A agregação de valor, nesse sentido, não decorre automaticamente da certificação, mas da capacidade coletiva de articular qualidade técnica, identidade territorial e estratégia mercadológica.

Kotler e Keller (2012) reforçam que a criação, entrega e comunicação de valor constituem o núcleo da estratégia competitiva, sendo a vantagem sustentável resultado da integração entre atributos funcionais e simbólicos. No contexto das indicações geográficas, essa integração envolve padronização produtiva, rastreabilidade e segurança, combinadas a autenticidade e significado cultural.

A literatura institucional também sistematiza a relação entre certificação de origem e geração de valor territorial. A FAO (2018) destaca que indicações geográficas podem estruturar processos de valorização econômica quando associadas à governança coletiva, à coordenação entre os atores e a estratégias consistentes de posicionamento no mercado.

Belletti e Marescotti (2021) aprofundam essa análise ao evidenciar que a agregação de valor nas indicações geográficas decorre da articulação entre governança coletiva, construção de reputação e estratégias de mercado, destacando a diferenciação territorial, a tradição produtiva e a coordenação entre os atores como elementos fundamentais para sustentar a valorização econômica.

Em perspectiva complementar, a FAO (2021) enfatiza que a geração de valor nas IGs depende da mobilização de recursos locais e da comunicação estruturada da qualidade territorial, enquanto a OCDE (2022) ressalta que políticas de valorização territorial e estratégias de inserção em cadeias regionais e globais são determinantes para ampliar a captura de valor associada à origem.

Mais recentemente, Höhn, Huysmans e Crombez (2024) observam que maior especificidade territorial pode intensificar a percepção de qualidade e reforçar a valorização econômica dos produtos com indicação geográfica, indicando que delimitações territoriais mais restritas podem fortalecer a exclusividade e ampliar a disposição a pagar.

De forma complementar, FAO e oriGIn (2024) ressaltam a centralidade da comunicação estratégica dos atributos territoriais na consolidação da diferenciação de mercado. Li *et al.* (2025) acrescentam que a forma como os processos produtivos são comunicados ao mercado influencia a percepção de autenticidade e valor associada aos produtos com indicação geográfica, indicando que inovação e tradição devem permanecer em equilíbrio para preservar reputação e valor econômico.

Essa trajetória teórica evidencia que a agregação de valor nas indicações geográficas resulta da interação entre construção simbólica, qualificação produtiva e coordenação institucional. Diferenciação pela origem, padronização técnica, certificações complementares e estratégias de posicionamento configuram elementos interdependentes de um processo sistêmico de geração e captura de valor. Para além do produto, tal dinâmica fortalece a marca territorial, estimula atividades complementares e amplia a atratividade econômica, consolidando a indicação geográfica como ativo estruturante do desenvolvimento territorial.

3 METODOLOGIA

A metodologia define o percurso lógico que conecta o problema de pesquisa aos procedimentos de coleta e análise de dados, assegurando coerência entre fundamentos teóricos, escolhas empíricas e interpretações produzidas. Conforme Lakatos e Marconi (2003), o método científico exige planejamento sistemático, explicitação de critérios e encadeamento consistente das etapas investigativas, de modo a garantir validade e transparência ao processo de construção do conhecimento.

No campo das ciências sociais aplicadas, a definição metodológica assume relevância adicional quando o objeto investigado envolve fenômenos complexos, inseridos em contextos institucionais e territoriais específicos. A análise dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas na cadeia produtiva do cacau amazônico insere-se nessa categoria, pois articula dimensões produtivas, mercadológicas, organizacionais e territoriais que não podem ser examinadas de forma isolada.

Diante dessa complexidade, o desenho metodológico foi estruturado de modo a permitir compreensão integrada dos mecanismos que condicionam a geração e a captura de valor nos territórios analisados. O percurso adotado combina fundamentação teórica derivada de revisão bibliográfica e investigação empírica aprofundada, buscando assegurar consistência analítica e aderência ao objeto de estudo.

A estratégia metodológica articula duas frentes complementares. A primeira consiste na revisão bibliográfica, responsável por consolidar o referencial teórico e fundamentar a construção dos constructos analíticos da pesquisa. A segunda corresponde ao estudo de caso múltiplo, que possibilita examinar empiricamente a dinâmica dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas em contextos territoriais específicos.

A seguir, apresenta-se a caracterização da pesquisa, explicitando sua natureza, abordagem, objetivos e estratégia investigativa.

3.1 Caracterização da Pesquisa

Esta pesquisa caracteriza-se como aplicada, de abordagem qualitativa, com objetivos exploratórios e descritivos, desenvolvida por meio de estudo de caso múltiplo.

Quanto à sua natureza, trata-se de pesquisa aplicada, uma vez que busca produzir conhecimento com potencial de utilização prática na formulação de estratégias e políticas voltadas à valorização econômica das Indicações Geográficas, especialmente em territórios amazônicos. O estudo não se limita à compreensão conceitual do fenômeno, mas propõe um protocolo analítico orientado à avaliação de efeitos econômicos, contribuindo para a tomada de decisão de atores institucionais e produtivos.

Em relação à abordagem, a pesquisa é predominantemente qualitativa. Embora considere indicadores econômicos e variáveis relacionadas a desempenho produtivo e mercadológico, o foco central reside na compreensão dos mecanismos institucionais, organizacionais e territoriais que condicionam a geração e a captura de valor. A abordagem qualitativa mostra-se adequada à análise de fenômenos complexos, inseridos em contextos específicos, nos quais as relações entre atores, normas, práticas produtivas e estratégias de mercado não podem ser reduzidas a modelos exclusivamente quantitativos.

Quanto aos objetivos, a pesquisa apresenta caráter exploratório e descritivo. É exploratória na medida em que busca aprofundar a compreensão sobre a mensuração dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas em contextos amazônicos, campo ainda marcado por lacunas analíticas na literatura nacional. Simultaneamente, é descritiva ao captar, sistematizar e analisar as percepções dos atores da cadeia de valor acerca das estratégias de comercialização, dos mecanismos de agregação de valor e das dinâmicas produtivas nos casos estudados.

No que se refere aos procedimentos técnicos, adota-se o estudo de caso múltiplo como estratégia principal de investigação empírica. Essa opção metodológica permite examinar fenômenos contemporâneos em seus contextos reais, preservando a complexidade das interações institucionais e territoriais envolvidas. A utilização de dois casos possibilita comparação analítica, ampliando a robustez interpretativa e favorecendo a identificação de padrões convergentes ou divergentes.

A pesquisa articula múltiplas fontes de evidência, incluindo revisão bibliográfica, entrevistas semiestruturadas, observação direta e análise documental, o que fortalece a consistência analítica. Essa combinação metodológica assegura coerência entre fundamentação teórica, construção do modelo analítico e evidências empíricas coletadas.

A seguir, apresenta-se a classificação metodológica adotada, sintetizada no quadro abaixo:

Quadro 5 – Classificação metodológica da pesquisa

Critério	Classificação
Natureza	Pesquisa aplicada
Forma de abordagem	Qualitativa
Objetivos	Exploratória e descritiva
Procedimentos técnicos	Estudo de caso múltiplo

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

3.2 Delineamento das etapas da pesquisa

O delineamento das etapas da pesquisa foi estruturado de forma sequencial e logicamente articulada, assegurando coerência entre fundamentação teórica, construção analítica e investigação empírica. O percurso metodológico foi organizado em etapas interdependentes, cuja integração permitiu consolidar o protocolo proposto e analisar os efeitos econômicos das Indicações Geográficas nos territórios selecionados.

A primeira etapa correspondeu à definição do problema de pesquisa, dos objetivos e da delimitação conceitual do estudo. Nessa fase, procedeu-se à identificação das lacunas teóricas e empíricas relacionadas à mensuração dos efeitos econômicos das IGs, especialmente em contextos amazônicos, estabelecendo-se os pressupostos orientadores da investigação.

A segunda etapa consistiu na realização da revisão bibliográfica, orientada por critérios de relevância e aderência temática aos objetivos da pesquisa. Essa fase permitiu mapear o estado da arte, identificar abordagens teóricas predominantes, reconhecer limitações metodológicas recorrentes na literatura e consolidar os quatro constructos analíticos que estruturam a pesquisa: produção, comercialização, agregação de valor e território. A revisão bibliográfica desempenhou papel constitutivo na modelagem conceitual do estudo, servindo de base para a elaboração dos instrumentos empíricos.

Na terceira etapa, procedeu-se à definição do delineamento empírico, com a seleção dos casos e das unidades de análise. Foram escolhidas duas Indicações Geográficas amazônicas com relevância estratégica e maturidade institucional suficiente para permitir análise comparativa. Nessa fase, também foram elaborados os roteiros de entrevista e definidos os critérios de coleta de dados secundários, assegurando alinhamento entre constructos teóricos e variáveis observáveis.

A quarta etapa correspondeu à coleta de dados primários e secundários, por meio de entrevistas semiestruturadas, observação direta e análise documental. Essa fase possibilitou captar evidências empíricas relativas à estrutura produtiva, mecanismos de comercialização, estratégias de agregação de valor e dinâmicas territoriais associadas às IGs analisadas.

Na quinta etapa, realizou-se a organização, codificação e análise dos dados, com apoio do software ATLAS.ti. A análise de conteúdo permitiu sistematizar as informações coletadas, identificar padrões interpretativos e relacionar as evidências empíricas aos constructos teóricos previamente definidos.

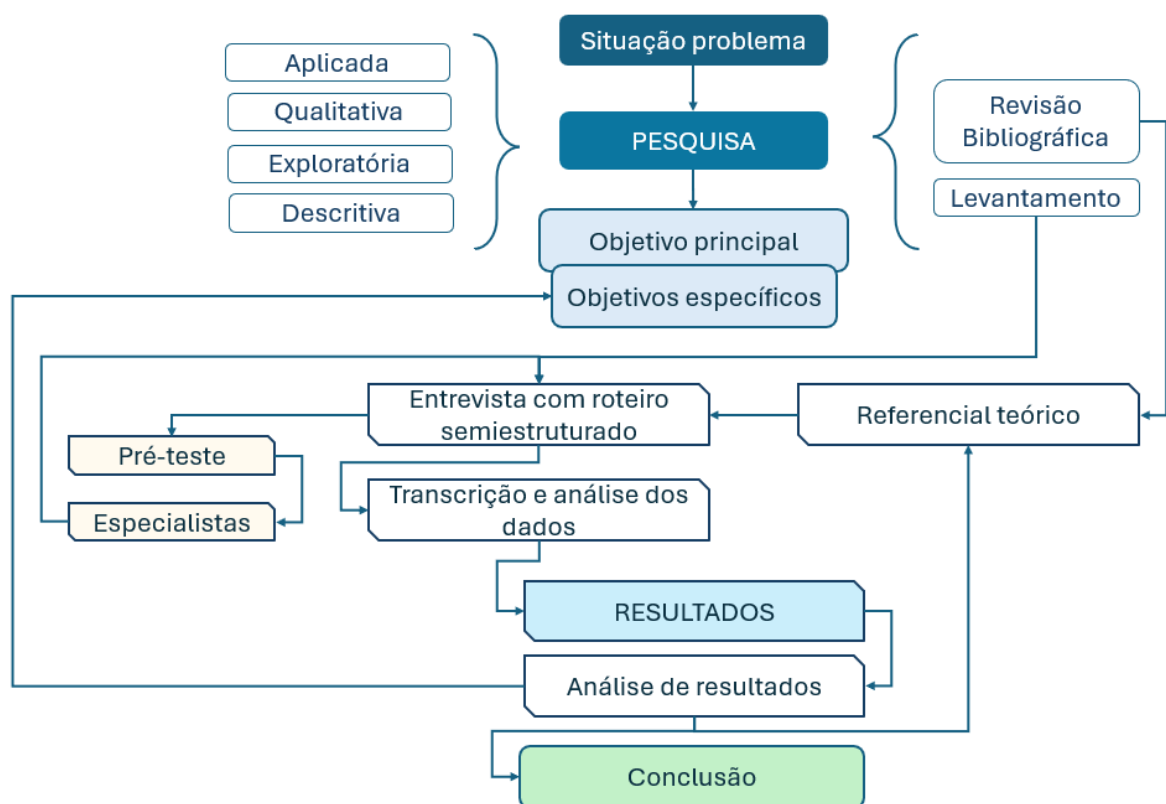
Por fim, a etapa de interpretação e integração analítica consistiu na articulação entre os resultados da revisão bibliográfica e os achados do estudo de caso múltiplo, permitindo avaliar

a consistência do protocolo proposto e examinar os efeitos econômicos das IGs sob perspectiva sistêmica e territorializada.

Esse encadeamento metodológico assegura coerência interna à pesquisa, transparência procedimental e alinhamento entre objetivos, referencial teórico, estratégias empíricas e resultados alcançados.

Na sequência, é apresentado o esquema que demonstra as principais fases da pesquisa, evidenciando a lógica sequencial entre as etapas de planejamento, coleta, análise e interpretação dos dados.

Figura 4 – Esquema das fases da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

No esquema apresentado, são descritas as diferentes fases da pesquisa, permitindo visualizar tanto a estruturação da etapa de coleta de dados quanto o registro sistemático de cada fase executada. Isso evidencia a transparência metodológica adotada ao longo de todo o processo investigativo.

3.3 Revisão bibliográfica

A revisão bibliográfica constitui abordagem metodológica orientada à identificação, análise e integração crítica da produção científica existente sobre determinado tema, permitindo a construção de uma base teórica consistente para a investigação. Conforme Snyder (2019),

diferentes tipos de revisão podem ser adotados conforme os objetivos da pesquisa, sendo a revisão sistemática caracterizada por procedimentos estruturados e protocolos rigorosos, enquanto abordagens bibliográficas de natureza analítica permitem maior flexibilidade interpretativa e aprofundamento conceitual.

Nesta pesquisa, optou-se pela revisão bibliográfica como estratégia de fundamentação teórica, considerando sua adequação à natureza exploratória do estudo e à complexidade das dimensões analíticas investigadas. O objetivo foi mapear e analisar a produção científica recente sobre Indicações Geográficas, com ênfase nos impactos econômicos, sociais e territoriais, bem como em dimensões correlatas, como sustentabilidade, governança e comportamento do consumidor, de modo a fundamentar a construção dos constructos analíticos da dissertação.

O procedimento adotado envolveu a busca de estudos em bases acadêmicas relevantes, com utilização de descritores em português e inglês relacionados ao tema. Optou-se por uma estratégia de busca abrangente, de modo a capturar diferentes abordagens e perspectivas analíticas presentes na literatura, incluindo estudos que, embora não centrados exclusivamente nos efeitos econômicos ou em contextos amazônicos, contribuíssem para a compreensão das dimensões investigadas.

3.3.1 Estratégia de busca e seleção

A busca de referências foi realizada na base de dados EBSCO Host, com acesso em 30 de abril de 2025, contemplando publicações relevantes para a temática das Indicações Geográficas. Inicialmente, foram testadas combinações específicas de palavras-chave, em português e inglês, com o objetivo de identificar estudos diretamente relacionados aos efeitos econômicos das IGs em contextos amazônicos ou na cadeia do cacau. Contudo, verificou-se que o uso de termos mais restritivos, como “Indicação Geográfica Impacto Econômico”, “Indicação Geográfica Amazônia” ou “*Geographical Indication Cacao*”, resultava em número reduzido de estudos, o que poderia limitar a abrangência da análise.

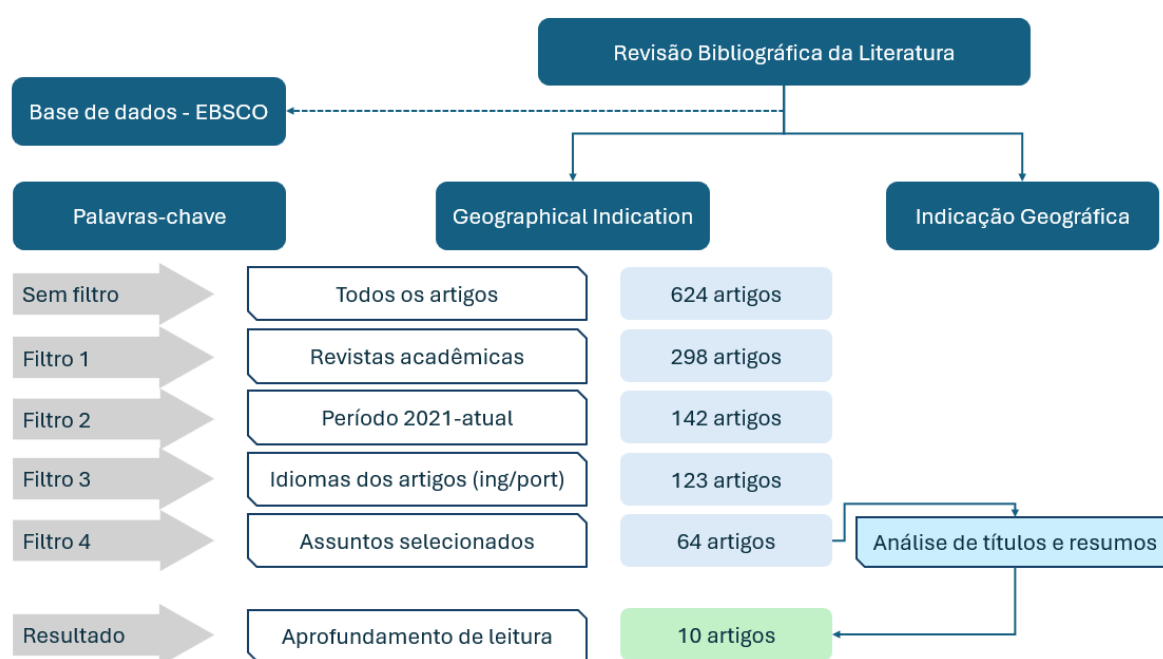
Diante dessa limitação, optou-se por uma estratégia de busca mais ampla, utilizando os descritores “*Geographical Indication*” e “indicação geográfica”, aplicados aos campos de título, resumo e palavras-chave. Essa abordagem permitiu ampliar o espectro de estudos identificados, incluindo pesquisas que, embora não tratassem explicitamente dos efeitos econômicos ou do contexto amazônico, apresentavam contribuições relevantes para as dimensões analíticas investigadas.

A seleção dos estudos foi orientada por critérios de relevância temática, aderência aos objetivos da pesquisa e consistência teórica. Foram priorizados artigos publicados em

periódicos científicos, com recorte temporal recente e disponibilidade em português ou inglês. A partir da leitura de títulos e resumos, procedeu-se à identificação dos estudos mais pertinentes, seguida de análise mais aprofundada dos trabalhos selecionados.

Esse procedimento permitiu organizar a literatura de forma consistente com os eixos analíticos definidos na pesquisa, contribuindo para a construção do referencial teórico e para o desenvolvimento do modelo analítico adotado. A Figura 5 sintetiza o processo de busca e seleção da literatura, evidenciando as principais etapas que conduziram à definição do conjunto de estudos analisados.

Figura 5 – Procedimento de seleção de artigos para revisão bibliográfica



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

3.3.2 Organização da literatura

A partir do conjunto de estudos identificados, procedeu-se à leitura de títulos, resumos e palavras-chave, com o objetivo de selecionar aqueles com maior aderência temática aos objetivos da pesquisa. Esse processo permitiu identificar publicações com contribuições relevantes para a compreensão das Indicações Geográficas sob as perspectivas econômica, social, territorial e mercadológica.

Foram priorizados estudos empíricos e teóricos que abordassem diretamente os mecanismos de geração e captura de valor associados às IGs, bem como aqueles que apresentassem contribuições conceituais relevantes para os constructos estruturantes da

pesquisa. Também foram considerados trabalhos que, embora não centrados exclusivamente na dimensão econômica, oferecessem aportes analíticos pertinentes às dimensões de produção, comercialização, agregação de valor e território.

Por outro lado, estudos com abordagem predominantemente periférica ao tema, ou que não apresentassem densidade analítica compatível com os objetivos da investigação, foram considerados complementares, mas não centrais para a análise. Em geral, esses trabalhos concentravam-se em aspectos normativos, históricos ou conceituais mais amplos, sem articulação direta com os eixos analíticos adotados.

A partir desse processo, a literatura selecionada foi organizada em categorias temáticas, definidas com base na recorrência de tópicos identificados na análise preliminar dos resumos e palavras-chave, complementada por leitura seletiva dos textos completos quando necessário. A categorização adotou abordagem indutiva, orientada pela identificação de convergências temáticas, em diálogo com os eixos conceituais previamente delineados no referencial teórico.

As categorias foram estruturadas de modo a estabelecer correspondência com os constructos centrais da pesquisa, produção, comercialização e agregação de valor. Essa organização permitiu sistematizar a diversidade de enfoques presentes na literatura e orientar a análise teórica de forma alinhada ao modelo analítico adotado.

Com base nessa estrutura temática, foi realizada uma seleção mais aprofundada de estudos com maior aderência analítica aos objetivos da dissertação. Esse refinamento considerou critérios como consistência teórica, profundidade conceitual e contribuição efetiva para a compreensão dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas, especialmente nas dimensões centrais do modelo analítico.

Esse processo permitiu consolidar um conjunto teórico robusto e coerente, assegurando que a revisão bibliográfica contribuísse de forma consistente para a fundamentação conceitual, para a construção do protocolo analítico proposto e para a sustentação das interpretações empíricas desenvolvidas ao longo da pesquisa.

Tabela 1 – Temas e quantidades na seleção de artigos

Temas definidos para seleção	Quantidade
Análise situacional	1
<i>Branding</i>	2
Cadeia de suprimentos	1
Comercialização	3
Comércio internacional	8

Comportamento do consumidor	16
Desenvolvimento territorial	5
Gestão e monitoramento	3
Impacto econômico	8
Marketing e comunicação	2
Metodologia para avaliação	2
Produção	9
Proteção	3
Vantagem competitiva	1
Total	64

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Na etapa subsequente, realizou-se leitura aprofundada dos estudos selecionados, com o objetivo de identificar aqueles com maior aderência aos objetivos analíticos da dissertação. A seleção considerou aspectos como consistência teórica, solidez metodológica, alinhamento com a problemática de pesquisa e contribuição efetiva para a compreensão dos mecanismos de geração de valor associados às Indicações Geográficas. Também foi observada a presença de evidências empíricas relevantes, especialmente nas dimensões de produção, comercialização e agregação de valor.

A partir desse processo, foram identificados estudos considerados centrais para o desenvolvimento do referencial teórico, os quais foram analisados integralmente e utilizados como base para a consolidação dos constructos analíticos e para o refinamento do protocolo proposto.

Na sequência, são apresentadas as principais informações relativas a esses estudos, com destaque para seus enfoques teóricos, abordagens metodológicas e contribuições mais relevantes para a temática investigada.

Quadro 6 – Artigos selecionados para análise aprofundada

Título do Artigo	Enfoque Principal do Artigo	Autores
<i>Do Food Quality Schemes and Net Price Premiums</i>	Evidencia que IGs geram prêmios de preço, validando sua capacidade de gerar diferenciação econômica no mercado.	Monier-Dilhan <i>et al.</i>
<i>Does terroir size matter? Protected geographical areas and prices of European hams.</i>	Mostra que áreas menores de IG elevam a percepção de valor, exclusividade e capacidade de obter preços mais altos.	Höhn, Huysmans & Crombez

<i>Don't Take Me for a Free Ride (China)</i>	Demonstra que a ausência de controle na IG prejudica sua reputação, afeta preços e reduz os benefícios econômicos.	Mao & Görg
<i>Examining the Development Attributed to GI Products</i>	Confirma que IGs geram impactos econômicos locais, como aumento da renda, empregos e fortalecimento da cadeia produtiva.	Medeiros & Passador
<i>Geographical Indications as a Strategy for Market</i>	Aponta as IGs como estratégia de diferenciação e acesso a mercados premium, fortalecendo competitividade e reputação.	Radhika, Thomas & Raju
<i>How Invoking Science in the Production Process of Geographical Indication Products Impacts Consumer's Perceived Authenticity and Product Valuation</i>	Mostra que comunicar ciência no processo produtivo pode reduzir a percepção de autenticidade dos produtos com IG.	LI <i>et al.</i>
<i>Price premiums for geographical indication under the coexistence of self-claims and certification</i>	Confirma empiricamente que IGs garantem prêmios de preço, validando seu papel na geração de valor econômico.	Wang <i>et al.</i>
Signos distintivos territoriais e indicação geográfica: base teórica e uma proposta metodológica para avaliação de experiências.	Explora como IGs, como signos distintivos, protegem produtos, diferenciam no mercado e fortalecem reputação e autenticidade.	Dallabrida, V. R.
Indicação geográfica como recurso estratégico de marca no setor vinícola do Rio Grande do Sul/Brasil	Evidencia como a IG de vinhos no RS fortaleceu a cadeia, aumentou preço, acesso a mercados e agregou valor simbólico.	Castro, V. A.; Lourenção, M.; Giraldi, J. M. E.
<i>The Role of Geographical Indications on City Branding</i>	Mostra que IGs também fortalecem a marca do território, atraindo desenvolvimento econômico, turismo e visibilidade.	Başkaya & Kirgiz

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

3.4 Aplicação do protocolo de estudo de caso

A presente pesquisa adota o estudo de caso como estratégia metodológica, considerando sua adequação à investigação de fenômenos complexos, contextualizados e inseridos em realidades institucionais específicas, nos quais múltiplas variáveis interagem simultaneamente e os limites entre o objeto de estudo e o contexto não se apresentam claramente delimitados. Conforme Yin (2016), o estudo de caso é particularmente indicado quando se busca responder a questões do tipo “como” e “por que”, bem como quando o pesquisador não possui controle sobre os eventos analisados e pretende compreender o fenômeno em profundidade, a partir de múltiplas fontes de evidência.

Com o objetivo de assegurar rigor metodológico e consistência entre os casos analisados, adota-se o protocolo de estudo de caso proposto por Yin (2016). O protocolo funciona como instrumento estruturador do desenho da pesquisa, orientando o planejamento, a coleta, a organização e a análise dos dados. Ele é composto por quatro componentes principais:

a) Visão geral do projeto: apresenta o referencial teórico, a contextualização do problema investigado e os constructos analíticos que fundamentam o estudo. Define ainda as unidades de análise, representadas pelas cadeias produtivas vinculadas às IGs de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO), e as unidades de observação, compostas por produtores, cooperativas, associações gestoras, instituições de apoio e compradores.

b) Procedimentos de campo: especifica os passos operacionais da coleta de dados empíricos, incluindo critérios de seleção dos participantes, instrumentos utilizados, como entrevistas semiestruturadas, observação direta e análise documental, além dos cuidados éticos adotados na abordagem dos sujeitos e no tratamento das informações.

c) Questões do estudo de caso: correspondem às perguntas analíticas derivadas dos constructos produção, comercialização, agregação de valor e território, articuladas à análise dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas. Essas questões orientam tanto a coleta de dados primários quanto a análise de documentos e registros institucionais, garantindo coerência entre referencial teórico e evidências empíricas.

d) Guia para o relatório final: estabelece a estrutura de apresentação dos resultados, assegurando alinhamento entre os objetivos da pesquisa, os dados coletados e os modelos analíticos adotados.

Além desses quatro elementos centrais, Yin (2016) recomenda a adoção de procedimentos complementares para fortalecer a confiabilidade do estudo. Entre eles destacam-se a criação de um banco de dados organizado para armazenamento das evidências coletadas, a manutenção de uma cadeia lógica de evidências que permita rastreabilidade entre dados brutos e interpretações analíticas e a utilização de múltiplas fontes de evidência.

Embora o estudo de caso seja amplamente reconhecido como estratégia robusta para investigação de fenômenos sociais complexos, apresenta limitações. A principal refere-se à impossibilidade de generalização estatística dos resultados. Entretanto, conforme argumenta Yin (2016), estudos de caso permitem generalização analítica, na qual os achados são relacionados a proposições teóricas mais amplas, contribuindo para o avanço conceitual e não para inferências probabilísticas.

Outras limitações envolvem a dependência da habilidade do pesquisador na condução das entrevistas e na interpretação dos dados, o volume expressivo de informações qualitativas a serem sistematizadas e o potencial risco de subjetividade analítica.

Dessa forma, a utilização do protocolo de Yin (2016) nesta pesquisa contribui para assegurar coerência metodológica, controle sistemático da coleta e análise de dados e transparência no processo investigativo, atendendo aos critérios de validade construtiva, validade interna, confiabilidade e rigor científico exigidos em pesquisas qualitativas.

3.5 Matriz de amarração

A matriz de amarração metodológica constitui instrumento estruturante do desenho da pesquisa, pois permite explicitar a articulação entre problema investigado, objetivos específicos, constructos analíticos, referenciais teóricos, procedimentos metodológicos e resultados esperados. Conforme Yin (2016), a consistência de um estudo de caso depende do encadeamento lógico entre questões de pesquisa, proposições teóricas, fontes de evidência e estratégia analítica, assegurando coerência interna e reduzindo riscos de dissociação entre fundamentação teórica, coleta de dados e interpretação dos achados.

No contexto desta pesquisa, a matriz de amarração orienta tanto a organização da análise qualitativa quanto a consolidação do protocolo proposto, ao estabelecer correspondência direta entre os constructos produção, comercialização e agregação de valor, os indicadores empíricos observáveis e os modelos analíticos adotados. Dessa forma, funciona como instrumento integrador, promovendo clareza metodológica e transparência no percurso investigativo.

A seguir, apresenta-se a matriz de amarração elaborada para esta pesquisa, sintetizando de forma integrada os elementos centrais do estudo, suas inter-relações e os caminhos metodológicos adotados para responder ao problema investigado.

Quadro 7 - Matriz de amarração do projeto

TEMA DO ESTUDO	Avaliação dos efeitos econômicos nas indicações geográficas da Amazônia: uma abordagem aplicada à cadeia do cacau nos territórios de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO)					
PROBLEMA	Não haver análises sobre efeitos econômicos nas Indicações Geográficas (IG) de cacau da Amazônia					
QUESTÃO DE PESQUISA	Como os efeitos econômicos se manifestam nas indicações geográficas de cacau da Amazônia?					
OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONSTRUCTOS	METODOLOGIA	TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS	PRINCIPAIS REFERÊNCIAS	QUESTÕES DA PESQUISA
Analisar os efeitos econômicos na dinâmica de mercados nos territórios detentores das IGs Cacau de Tomé-Açu (PA) e Rondônia Cacau (RO).	Mapear a cadeia produtiva do cacau com IG na Amazônia brasileira.	Cadeia produtiva	Bibliográfica e documental Pesquisa qualitativa com entrevistas semi-estruturada	Análise interpretativa de dados secundários; análise de conteúdo (Bardin, 2016) dos dados primários com apoio do software Atlas.ti; triangulação de fontes de evidência (Yin, 2016).	AlPC (2025); Batalha (2001); Wilkinson (2008)	Qual a estrutura da cadeia? Quais os principais elos? Como se relacionam?
	Analisar os efeitos econômicos das indicações geográficas nas dimensões de mercados	Produção	Bibliográfica e documental; Pesquisa qualitativa com entrevistas semi-estruturada	Pesquisa documental e bibliográfica Análise de conteúdo das entrevistas, com apoio do Atlas.ti	Zylbersztajn (1995); Farina (1999); Batalha (2001); Wilkinson (2008); Artêncio, Giraldo e Galina (2019); Mao e Görg (2020); Li et al. (2025)	Como está organizada a produção? O selo está sendo adotado pelos produtores? Há problemas na adoção do selo?
		Comercialização		Idem	Barjolle e Sylvander (2002); Tregear et al. (2007); Wilkinson (2008); Vandecastelaere et al. (2010); Kotler e Keller (2012); Monier-Dilhan et al. (2021); Belletti e Marescotti (2021); Medeiros e Passador (2022); Radhika, Thomas e Raju (2023); Wang et al. (2025)	As IGs ampliaram o acesso a mercados ou canais de comercialização? Houve mudanças nas relações comerciais ou no posicionamento dos produtos no mercado?
		Agregação de valor		Idem	Pecqueur (2001); Tregear (2003); Keller (2006); Vandecastelaere et al. (2010); Kotler e Keller (2012); FAO (2018); Belletti e Marescotti (2021); FAO (2021); OCDE (2022); Höhn, Huysmans e Crombez (2024); Li et al. (2025)	A IG gera prêmio de preço ou valorização do produto? Há percepção de maior reputação ou diferenciação no mercado? Como o valor agregado é distribuído ao longo da cadeia produtiva?
		Território		Idem	Raffestin (1993); Santos (1996); Becker (2005); Vandecastelaere et al. (2010); Mello et al. (2020); Aguiar et al. (2021); Medeiros e Passador (2022)	A IG contribui para o fortalecimento da governança territorial? Há efeitos sobre a organização produtiva ou identidade territorial?
		Efeitos econômicos		Idem	Weiss (1998); Liu (2010); Rogers (2014); Mello et al. (2014); SEBRAE (2020); Belletti e Marescotti (2021)	Qual a definição de efeitos econômicos para este estudo? Como analisar os efeitos econômicos das IGs a partir das informações coletadas
	Propor um protocolo para avaliação econômica das IGs	Integração dos constructos	Síntese analítica dos resultados empíricos e da revisão bibliográfica	Análise interpretativa e triangulação de evidências	Belletti e Marescotti (2021)	Como estruturar um modelo analítico capaz de avaliar os efeitos econômicos das IGs nas dimensões de produção, comercialização, agregação de valor e território?

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

O percurso metodológico delineado neste capítulo fundamenta-se em abordagem qualitativa, estruturada a partir de múltiplas estratégias de coleta, organização e análise de dados, com o objetivo de compreender os efeitos econômicos associados às Indicações Geográficas na cadeia do cacau em dois territórios amazônicos.

A articulação entre revisão bibliográfica, protocolo de estudo de caso, modelagem de instrumentos ancorados em referenciais consolidados (FAO, abordagem ESG e Sebrae) e fontes empíricas contribui para fortalecer a coerência interna do desenho de pesquisa, ampliando sua robustez analítica e credibilidade científica.

Ao integrar métodos exploratório e descritivo, a investigação permite não apenas mapear práticas, percepções e dinâmicas institucionais vinculadas à certificação por IG, mas também caracterizar de forma sistemática seus efeitos sobre a organização produtiva, os processos de comercialização, a agregação de valor e a dinâmica territorial.

A matriz analítica desenvolvida, aliada à categorização temática conduzida por meio da análise de conteúdo, assegura sistematicidade ao tratamento dos dados, promovendo alinhamento entre objetivos, constructos teóricos, indicadores empíricos e interpretações analíticas.

Nesse sentido, a metodologia adotada não apenas sustenta a validade das inferências produzidas, mas também oferece base para generalização analítica, permitindo que os achados dialoguem com proposições teóricas mais amplas sobre os efeitos econômicos das Indicações Geográficas.

Ao consolidar um modelo analítico sensível às especificidades territoriais e estruturado a partir de referenciais reconhecidos internacionalmente, a pesquisa estabelece fundamentos para aplicação futura em outros contextos onde as IGs se apresentam como instrumentos potenciais de valorização econômica e desenvolvimento territorial.

Na sequência, são apresentados os instrumentos de pesquisa adotados, detalhando os procedimentos de coleta de dados primários e secundários, bem como sua articulação com as dimensões analíticas do modelo proposto.

3.6 Instrumentos de pesquisa

Os instrumentos de pesquisa foram concebidos a partir do alinhamento entre os objetivos do estudo, as dimensões analíticas consolidadas na revisão bibliográfica e a estratégia empírica adotada. Considerando a natureza qualitativa da investigação e o foco na análise dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas em contextos territoriais específicos, os instrumentos foram estruturados para captar tanto evidências relacionadas à dinâmica produtiva e mercadológica quanto interpretações e percepções dos atores envolvidos.

O principal instrumento de coleta de dados primários consistiu em um roteiro de entrevistas semiestruturadas, elaborado com base nas dimensões Produção, Comercialização e Agregação de Valor. Os roteiros foram organizados em blocos temáticos, contemplando questões abertas voltadas à identificação de transformações associadas ao reconhecimento da IG, estratégias de inserção em mercados, mecanismos de coordenação coletiva e evidências de diferenciação econômica.

A observação direta foi utilizada como instrumento complementar, orientada por protocolo de registro sistemático de práticas produtivas, formas de organização coletiva, uso do selo de IG e estratégias de comercialização, permitindo contextualizar as evidências obtidas nas entrevistas.

Adicionalmente, foram considerados dados secundários provenientes de fontes institucionais e estatísticas, utilizados como suporte à análise e à contextualização dos territórios investigados.

A combinação desses instrumentos foi estruturada de modo a assegurar correspondência com a matriz de amarração metodológica da pesquisa, garantindo consistência entre objetivos, dimensões analíticas e procedimentos de coleta.

3.7 Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada por meio da articulação entre fontes primárias e secundárias, permitindo a construção de uma base empírica consistente e contextualizada.

No que se refere aos dados secundários, foram utilizadas informações estatísticas e institucionais relacionadas à cadeia produtiva do cacau no Brasil e nos territórios analisados. Destacam-se os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), relatórios técnicos da Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (CEPLAC) e informações setoriais da Associação Nacional das Indústrias Processadoras de Cacau (AIPC). Essas fontes possibilitaram caracterizar a estrutura produtiva, a dinâmica industrial e os fluxos de comercialização, contribuindo para a compreensão do ambiente econômico no qual se inserem as Indicações Geográficas estudadas.

As entrevistas foram realizadas entre novembro de 2025 e fevereiro de 2026, em formato remoto, por meio de plataformas de videoconferência, em função da dispersão geográfica dos participantes. Todas foram previamente agendadas, gravadas mediante consentimento dos respondentes e integralmente transcritas, assegurando fidelidade às falas e rastreabilidade das evidências.

Participaram da pesquisa diferentes agentes da cadeia produtiva vinculados às IGs de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO), incluindo produtores, representantes de associações e

cooperativas, além de compradores. Essa diversidade permitiu captar os efeitos econômicos sob múltiplas perspectivas, ampliando a robustez interpretativa da análise.

A amostra foi composta por dez participantes selecionados por critério intencional, considerando sua posição estratégica na cadeia produtiva do cacau e seu envolvimento direto com as Indicações Geográficas analisadas. A definição dos respondentes priorizou atores com participação efetiva na produção, gestão, coordenação institucional ou comercialização vinculada às IGs Cacau de Tomé-Açu (PA) e Rondônia Cacau (RO), além de um agente localizado em São Paulo, cuja atuação se relaciona à comercialização e aquisição de amêndoas certificadas

O quadro síntese apresentado a seguir detalha as principais variáveis de caracterização dos entrevistados, incluindo função exercida na cadeia, território de atuação e vínculo institucional. Essa descrição sistematizada assegura transparência na composição da amostra e reforça a coerência entre os objetivos da pesquisa e os sujeitos selecionados para compor o corpus empírico.

Quadro 8 - Perfil dos entrevistados

Variáveis	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Perfil na Cadeia	Governança/ Produtor	Intermediário	Governança	Produtor	Produtor	Produtor	Produtor	Produtor/ Comprador	Produtor/ Comprador	Comprador Nacional
Território	PA	PA	RO	PA	PA	RO	RO	RO	RO	Nacional
Tamanho da Propriedade (ha)	350	-	-	850	430	50	51	700	15	
Porte da propriedade*	Média	-	-	Grande	Média	Pequena	Pequena	Média	Minifúndio	-
Tamanho da área com cacau (ha)	-	-	-	160	50	14	5	12	2,6	-
Tempo de Contato com o Cacau	50	23	6	42	20	4	13	43	9	11
Origem	Japão	Pais japoneses	RO	Japão	Pais japoneses	PR	Pais AM	ES	RO	SP
Data da Entrevista	16/01/2026	22/12/2025	03/02/2026	22/12/2025	15/01/2026	08/02/2026	14/02/2026	08/02/2026	30/01/2026	03/11/2025
Duração da Entrevista (min)	57	38	65	62	97	63	55	72	29	40

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

Em relação à estrutura fundiária representada, observa-se diversidade no porte das propriedades. Os tamanhos informados variam entre 15 e 850 hectares, abrangendo minifúndio, pequenas, médias e uma grande propriedade. A área destinada especificamente ao cultivo de cacau também apresenta variação, com registros entre 2,6 e 160 hectares.

O tempo de contato com a atividade cacaueira varia entre 4 e 50 anos, contemplando tanto produtores com trajetória consolidada no setor quanto participantes com inserção mais recente.

Quanto à origem, os entrevistados apresentam trajetórias diversas, incluindo participantes nascidos nos próprios territórios e outros oriundos de estados como Paraná, Amazonas, Espírito Santo e São Paulo, além de entrevistados com origem no Japão e descendentes de japoneses.

A composição da amostra assegura representação dos principais elos da cadeia produtiva vinculada às Indicações Geográficas estudadas, contemplando produção, organização coletiva e mercado, contribuindo para a abrangência da análise dos efeitos econômicos associados à certificação.

Na sequência, apresenta-se a estratégia de análise de dados adotada na pesquisa, detalhando os procedimentos de organização, codificação e interpretação das evidências empíricas à luz das dimensões analíticas do modelo.

3.8 Estratégia de análise de dados

A estratégia de análise de dados adotada nesta pesquisa foi estruturada com base em uma matriz analítica composta por temas, indicadores e métricas vinculados aos objetivos da investigação e fundamentada em três modelos de referência: o modelo da FAO para avaliação dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas (Belletti; Marescotti, 2021), a metodologia ESG aplicada à IG do Vale dos Vinhedos (Mello *et al.*, 2014) e o instrumento diagnóstico utilizado pelo Sebrae (2020) na análise da viabilidade da IG do Cacau de Rondônia.

Essa matriz orientou a identificação, organização e interpretação dos efeitos econômicos de primeira ordem, estruturados em três dimensões centrais: produção, comercialização e agregação de valor.

A análise qualitativa foi conduzida por meio da técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016), entendida como um conjunto de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição e interpretação do conteúdo das comunicações, voltados à inferência de significados explícitos e implícitos. Essa técnica mostra-se particularmente adequada à investigação de fenômenos complexos, como os impactos das IGs, pois permite captar dimensões econômicas, institucionais e simbólicas presentes nas narrativas dos atores envolvidos.

O *corpus* analítico foi composto pelas entrevistas semiestruturadas realizadas com quatro grupos de respondentes nas regiões de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO): produtores de cacau, representantes de associações gestoras, representantes de cooperativas e compradores. As entrevistas foram conduzidas por videoconferência, com base em roteiros organizados em blocos temáticos alinhados aos constructos da pesquisa. A estrutura dos roteiros contemplou

questões fechadas com possibilidade de aprofundamento discursivo, permitindo conciliar sistematização das informações e exploração qualitativa das percepções dos respondentes.

O processo analítico seguiu as três fases propostas por Bardin (2016):

1). Pré-análise: etapa de organização e preparação do material empírico, incluindo transcrição das entrevistas, leitura flutuante e definição preliminar das categorias analíticas alinhadas à matriz de indicadores. Também envolveu a delimitação do *corpus* e a definição das unidades de registro e de contexto.

2) Exploração do material: fase de codificação das unidades de registro, com posterior agrupamento em categorias e subcategorias relacionadas aos constructos produção, comercialização e agregação de valor. A codificação foi orientada por critérios de recorrência temática, relevância analítica e densidade conceitual, assegurando coerência com os referenciais teóricos adotados.

3) Tratamento dos resultados e interpretação: etapa de análise interpretativa, na qual os dados categorizados foram examinados à luz dos modelos da FAO, da abordagem ESG e do instrumento do Sebrae, buscando identificar padrões, regularidades, convergências e divergências entre os casos estudados. Essa fase permitiu construir inferências analíticas acerca dos efeitos econômicos associados às IGs nos territórios analisados.

Na etapa de exploração do material, procedeu-se à codificação sistemática das transcrições das dez entrevistas por meio do software Atlas.ti. Foram consolidados 40 códigos analíticos, dos quais 11 correspondem ao constructo de Agregação de Valor (VAL), 11 ao de Comercialização (COM) e 9 ao de Produção (PROD), diretamente vinculados ao modelo teórico adotado. Além desses, foram definidos 6 códigos relacionados ao Território (TER) e 3 códigos específicos destinados à identificação das polaridades avaliativas das citações.

A aplicação sistemática da codificação resultou no reconhecimento de 567 citações, considerando as polaridades positiva, neutra e negativa, sendo: 151 sobre a dimensão Comercialização; 126 sobre a dimensão Produção; 76 acerca da dimensão Território; e 167 da dimensão Agregação de valor, configurando as unidades de registro analisadas.

Na fase de tratamento dos resultados e inferência, os dados codificados foram organizados por meio da aplicação do protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs, desenvolvido nesta pesquisa como instrumento de integração analítica das evidências qualitativas.

O protocolo tem como finalidade sistematizar os resultados obtidos nas entrevistas e organizar o diagnóstico dos territórios de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO) segundo critérios estruturados de análise e organiza-se em seis etapas sequenciais.

- a) Adequação das dimensões de análise;
- b) Realização das entrevistas semiestruturadas;
- c) Codificação das transcrições;
- d) Análise da densidade temática dos indicadores e classificação da polaridade predominante;
- e) Análise da coerência sistêmica entre as dimensões; e
- f) Classificação do estágio de ativação econômica.

A primeira etapa corresponde à adequação das dimensões de análise, na qual são consolidadas as dimensões Produção, Comercialização e Agregação de Valor, previamente definidas com base na revisão bibliográfica, e incorporada a dimensão Território, identificada como mediadora a partir da análise das transcrições. Essa etapa garante que o modelo analítico esteja simultaneamente ancorado na teoria e sensível às evidências empíricas, permitindo capturar especificidades do contexto investigado.

A segunda etapa consiste na realização das entrevistas semiestruturadas com atores-chave da cadeia produtiva, incluindo produtores, representantes institucionais e compradores. Essa fase possibilita a coleta de evidências qualitativas sobre práticas produtivas, estratégias de mercado, mecanismos de coordenação e percepções sobre os efeitos econômicos da Indicação Geográfica, assegurando diversidade de perspectivas e profundidade analítica.

Na terceira etapa, procede-se à codificação das transcrições, com base em indicadores previamente definidos para cada dimensão. Utilizando ferramenta de análise qualitativa, as falas são organizadas em unidades de sentido e classificadas de acordo com os indicadores, permitindo a vinculação sistemática entre evidências discursivas e dimensões analíticas. Esse processo assegura rastreabilidade, padronização e consistência na organização do corpus empírico.

A quarta etapa envolve a análise da densidade temática e a classificação da polaridade das manifestações. A densidade temática considera não apenas a frequência de ocorrência dos indicadores, mas também a diversidade de atores que os mobilizam e a profundidade das evidências apresentadas, funcionando como indicativo do grau de internalização prática da IG no território.

A polaridade, por sua vez, qualifica a direção das manifestações, distinguindo avaliações positivas, negativas ou neutras. Adicionalmente, essa etapa incorpora a análise de dissensos, identificados por indicadores com polaridade neutra, porém elevada intensidade, evidenciando divergências relevantes entre os atores e diferentes níveis de maturidade na apropriação do instrumento.

A quinta etapa corresponde à análise da coerência sistêmica, na qual se examina o encadeamento entre as dimensões Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território. Essa análise busca identificar se os efeitos econômicos se manifestam de forma integrada ou fragmentada, avaliando a consistência entre ativação produtiva, inserção mercadológica diferenciada, geração de valor e sustentação territorial. A coerência sistêmica constitui elemento central para compreender o grau de articulação do modelo no contexto analisado.

Por fim, a sexta etapa consiste na classificação do estágio de ativação econômica da Indicação Geográfica, resultante de uma síntese interpretativa integrada, na qual os diferentes critérios analíticos são articulados para posicionar o território em termos de maturidade. Para tanto, adota-se uma tipologia interpretativa que orienta a leitura das análises empíricas, permitindo qualificar o grau de ativação econômica das IGs nos territórios estudados. Essa tipologia fundamenta-se na articulação entre as dimensões de produção, comercialização e agregação de valor, mediadas pelo território, possibilitando apreender não apenas a presença dos efeitos econômicos, mas também sua consistência, abrangência e grau de articulação sistêmica ao longo da cadeia.

Nesse enquadramento, identificam-se situações classificadas como Ativação Incipiente, nas quais a IG permanece predominantemente no plano formal, com baixa incidência sobre as dinâmicas produtivas e mercadológicas, limitada densidade de evidências e ausência de encadeamentos consistentes entre as dimensões analisadas. Em um nível seguinte, caracterizado como Ativação Inicial, observa-se a mobilização seletiva da IG por determinados atores ou segmentos, com efeitos ainda restritos, distribuição desigual entre as dimensões e coexistência entre estratégias de diferenciação e lógicas convencionais de mercado.

Em estágios mais avançados, definidos como Ativação Intermediária, verifica-se maior disseminação do uso da IG entre os atores relevantes, com presença mais equilibrada dos efeitos entre produção, comercialização e agregação de valor, além de sinais de articulação funcional entre essas dimensões. Nesses contextos, a IG tende a contribuir para a inserção diferenciada em mercados e para a construção de valor, ainda que persistam limitações estruturais. Por fim, em situações de Ativação Consolidada, a IG assume papel estruturante na dinâmica econômica local, com uso recorrente do selo, inserção mercadológica consolidada, evidências consistentes de captura de valor e mecanismos de coordenação territorial mais maduros e institucionalizados.

Trata-se, portanto, de um instrumento analítico de natureza heurística, que não pressupõe trajetórias lineares ou evoluções automáticas, mas permite qualificar comparativamente os diferentes arranjos observados, evidenciando padrões de articulação,

limitações estruturais e potencialidades associadas à ativação econômica das Indicações Geográficas.

O enquadramento não decorre de cálculo automático ou soma de indicadores, mas de uma interpretação estruturada das evidências, considerando intensidade, direção e coerência dos efeitos observados. Essa etapa permite distinguir entre a existência formal do registro da IG e sua efetiva ativação como instrumento de geração de valor econômico.

Ao integrar essas seis etapas, o protocolo organiza a avaliação em um processo analítico progressivo e sistêmico, permitindo não apenas identificar a presença de efeitos econômicos, mas qualificar seu grau de consolidação e sua articulação territorial.

Do ponto de vista aplicado, o protocolo constitui ferramenta relevante para orientação estratégica, monitoramento e apoio à tomada de decisão por parte de associações gestoras, instituições públicas e organizações de apoio. Sua aplicação permite identificar gargalos estruturais, assimetrias entre dimensões e oportunidades de fortalecimento das IGs, contribuindo para avaliações mais consistentes e sistêmicas dos resultados econômicos das certificações territoriais.

Adicionalmente, o modelo apresenta potencial de evolução para uma solução digital, baseada em sistema web, capaz de padronizar a aplicação das etapas do protocolo, automatizar parte das análises e consolidar uma base estruturada de dados. Essa possibilidade amplia sua escalabilidade e utilidade prática, permitindo análises comparativas entre territórios, acompanhamento longitudinal da maturidade das IGs e geração de evidências mais robustas para formulação e avaliação de políticas públicas.

Dessa forma, o produto desenvolvido configura-se como um instrumento metodológico replicável, com aplicabilidade prática e potencial de expansão tecnológica e institucional, contribuindo tanto para o avanço do campo das Indicações Geográficas quanto para o fortalecimento de sua utilização como estratégia de desenvolvimento econômico territorial.

3.9 Limitações do método de pesquisa

Como toda investigação científica, esta pesquisa apresenta limitações inerentes às escolhas metodológicas adotadas. Embora o desenho metodológico tenha sido estruturado com base em critérios explícitos de seleção de fontes e em fundamentação teórica consistente, algumas restrições devem ser reconhecidas.

No que se refere à etapa de revisão bibliográfica, a utilização predominante da base de dados EBSCO Host pode ter limitado o escopo das referências analisadas. Apesar de se tratar de uma base ampla e multidisciplinar, o não cruzamento sistemático com outras bases internacionais pode ter reduzido a diversidade de periódicos e contextos regionais

contemplados. Essa escolha decorreu de critérios de viabilidade operacional e de padronização da estratégia de busca, mas pode ter implicado a não inclusão de estudos potencialmente relevantes indexados em outros repositórios.

Adicionalmente, a seleção, organização e interpretação da literatura foram conduzidas por um único pesquisador. Embora o processo tenha sido orientado por critérios de relevância temática, consistência teórica e aderência aos objetivos da pesquisa, a ausência de procedimentos formais de validação interavaliador pode ampliar o risco de vieses interpretativos, inerentes a abordagens qualitativas.

Outra limitação refere-se à avaliação da qualidade dos estudos analisados, realizada de forma interpretativa, sem a utilização de instrumentos padronizados de mensuração quantitativa. Essa opção é coerente com a natureza qualitativa da pesquisa e com o caráter analítico da revisão bibliográfica, mas reduz o grau de comparabilidade formal entre os estudos considerados.

No âmbito do estudo de caso múltiplo, as conclusões derivam de contextos territoriais específicos, o que implica que os achados devem ser compreendidos como inferências analíticas, e não como generalizações estatísticas. Conforme destacado por Yin (2016), a validade externa em estudos de caso reside na generalização analítica, baseada na consistência entre evidências empíricas e proposições teóricas, e não na representatividade amostral.

Apesar dessas limitações, a combinação entre revisão bibliográfica, estudo de caso múltiplo, entrevistas, observação direta e análise documental proporcionou base analítica consistente para examinar os efeitos econômicos das Indicações Geográficas nos territórios estudados. A explicitação das restrições metodológicas reforça a transparência da pesquisa e delimita adequadamente o alcance interpretativo de seus resultados.

4 RESULTADOS DA PESQUISA E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta e discute os resultados da pesquisa, articulando de forma integrada as evidências provenientes da revisão bibliográfica, da análise de dados secundários e das entrevistas realizadas com os atores vinculados às Indicações Geográficas analisadas.

A integração dessas fontes decorre da natureza complexa e multidimensional do objeto investigado, que envolve simultaneamente dimensões econômicas, territoriais, institucionais e organizacionais, exigindo abordagem analítica capaz de articular estrutura setorial, dinâmica territorial e percepções dos agentes econômicos.

A organização do capítulo segue a lógica do percurso metodológico delineado anteriormente. Inicialmente, são apresentados os resultados da revisão bibliográfica, com o objetivo de identificar tendências da produção científica recente, enfoques analíticos

predominantes e lacunas teóricas relacionadas aos efeitos econômicos das Indicações Geográficas. Essa etapa permite situar a presente investigação no debate acadêmico contemporâneo e explicitar como os constructos produção, comercialização e agregação de valor vêm sendo tratados na literatura especializada.

Na sequência, o capítulo avança para a análise dos dados secundários, contemplando informações oficiais sobre produção, área colhida e valor da produção de cacau no Brasil e nos estados selecionados e apresentando o mapeamento da cadeia do cacau na Amazônia.

Essa análise contribui para compreender a dinâmica estrutural da cacauicultura no período recente, evidenciando transformações territoriais, tendências produtivas e condicionantes econômicos que influenciam o desempenho das Indicações Geográficas em estudo.

Por fim, são examinados os dados primários obtidos por meio das entrevistas semiestruturadas, buscando captar as percepções dos atores locais acerca dos efeitos econômicos associados às IGs, bem como suas implicações para a organização da produção, a inserção em canais de comercialização e os processos de agregação de valor.

Essa etapa qualitativa permite aprofundar a compreensão dos resultados observados nos dados secundários, além de confrontar evidências empíricas com expectativas, narrativas institucionais e premissas estabelecidas no processo de implementação das IGs.

A análise integrada dessas evidências também permitiu identificar o papel emergente da dimensão territorial como elemento mediador dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas. Observou-se que os resultados associados às dimensões de produção, comercialização e agregação de valor não se manifestam de forma isolada ou automática, mas são condicionados por fatores territoriais como governança, identidade coletiva, organização dos atores e capacidade institucional. Esse achado empírico mostra-se consistente com a revisão bibliográfica, que já indicava a relevância de elementos territoriais e institucionais na explicação dos resultados econômicos das IGs, reforçando a interdependência entre os constructos analíticos adotados.

Nesse sentido, o território deixa de ser apenas o espaço de origem do produto e passa a atuar como instância mediadora, influenciando a intensidade, a direção e a consistência dos efeitos econômicos observados. A convergência entre evidências empíricas e fundamentos teóricos permitiu não apenas validar as dimensões inicialmente propostas, produção, comercialização e agregação de valor, mas também evidenciar a necessidade de incorporar explicitamente a dimensão territorial como componente estruturante do modelo analítico.

A partir dessa evidência, a dimensão território foi incorporada ao protocolo analítico como elemento transversal e mediador, responsável por explicar variações nos níveis de ativação econômica da IG entre os diferentes contextos analisados.

Essa incorporação amplia a capacidade explicativa do modelo, ao reconhecer que a efetividade econômica da IG depende da articulação entre atributos produtivos, estratégias de mercado e condições territoriais específicas, conforme já sugerido pela literatura e confirmado pelos dados empíricos desta pesquisa.

Ao integrar essas dimensões analíticas, o capítulo promove uma leitura articulada e complementar dos resultados, fortalecendo a proposta metodológica e ampliando a robustez interpretativa das conclusões. Busca-se, assim, oferecer uma análise consistente dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas no contexto da cacauicultura amazônica, contribuindo tanto para o avanço do debate acadêmico quanto para a formulação de estratégias de desenvolvimento territorial baseadas na valorização da origem.

4.1 Contribuições da revisão bibliográfica para análise dos efeitos econômicos das IGs

A revisão bibliográfica realizada evidencia que os efeitos econômicos das Indicações Geográficas não decorrem de um único fator isolado, mas da interação entre múltiplos mecanismos econômicos, institucionais e territoriais. A produção científica recente converge ao destacar que a capacidade das IGs de gerar valor está associada à articulação entre diferenciação de mercado, organização da produção e construção de ativos simbólicos vinculados à origem, ao mesmo tempo em que aponta o território como elemento estruturante dessas dinâmicas.

No que se refere às tendências da literatura, observa-se predominância de abordagens que enfatizam o papel das IGs como instrumentos de diferenciação competitiva, especialmente por meio da obtenção de prêmios de preço e da ampliação do acesso a mercados. Esses estudos indicam que produtos certificados tendem a alcançar maior valorização econômica, desde que associados a estratégias consistentes de posicionamento, reconhecimento do consumidor e qualidade percebida. Tal enfoque fundamenta a dimensão de comercialização adotada nesta pesquisa, ao evidenciar que a captura de valor depende da capacidade de inserção em mercados diferenciados e da construção de reputação.

Em relação à dimensão produtiva, a literatura destaca que os efeitos econômicos das IGs estão condicionados à organização da produção, à padronização de processos e à coordenação entre os atores da cadeia. Elementos como controle de qualidade, assistência técnica e estrutura produtiva são recorrentes nos estudos analisados, indicando que a consistência da base produtiva é condição necessária para a consolidação da diferenciação. Esse conjunto de

evidências sustenta a dimensão produção, ao demonstrar que a ativação econômica da IG depende da capacidade de internalização do instrumento no nível produtivo.

No que concerne à agregação de valor, os estudos enfatizam o papel das estruturas institucionais e organizacionais na construção do diferencial econômico. Mecanismos como delimitação territorial, governança coletiva e sistemas de controle contribuem para reforçar a credibilidade e a exclusividade associadas aos produtos. Além disso, a literatura destaca a relevância de ativos intangíveis, como reputação, certificações complementares e estratégias de *branding*, evidenciando que o valor não se limita às características físicas do produto, mas resulta de um processo de construção simbólica e institucional.

Do ponto de vista dos enfoques analíticos predominantes, observa-se que a literatura tende a tratar essas dimensões de forma parcialmente segmentada, privilegiando ora aspectos mercadológicos, ora produtivos ou institucionais. Contudo, há crescente reconhecimento da necessidade de abordagens integradas, capazes de capturar a interdependência entre esses fatores. Nesse sentido, a valorização territorial emerge como elemento transversal, ao evidenciar que a origem, a identidade cultural e os vínculos sociais desempenham papel central na diferenciação e na geração de valor.

No entanto, a revisão bibliográfica também evidencia lacunas relevantes. Destaca-se a baixa incidência de estudos empíricos voltados ao contexto amazônico, especialmente no que se refere à mensuração dos efeitos econômicos das IGs em cadeias agroalimentares tropicais. Adicionalmente, observa-se a limitada presença de modelos analíticos que integrem, de forma sistemática, as dimensões de produção, comercialização, agregação de valor e território em uma estrutura unificada. Essa lacuna compromete a compreensão dos mecanismos efetivos de geração de valor e reforça a necessidade de abordagens mais sistêmicas e territorializadas.

De forma integrada, a revisão bibliográfica permite não apenas identificar tendências e enfoques predominantes na literatura, mas também fundamentar as dimensões analíticas adotadas nesta pesquisa e evidenciar a relevância da dimensão territorial como elemento mediador dos efeitos econômicos. Assim, essa etapa contribui para situar o estudo no debate acadêmico contemporâneo e oferecer base teórica consistente para a análise empírica desenvolvida nos tópicos seguintes.

4.2 Análise dos dados secundários e mapeamento da cadeia do cacau na Amazônia

A análise de dados secundários foi realizada a partir de um conjunto estruturado de documentos institucionais, bases estatísticas e materiais setoriais, selecionados com o objetivo de contextualizar a dinâmica produtiva, mercadológica e territorial da cadeia do cacau e das Indicações Geográficas analisadas.

Foram utilizados dados oficiais provenientes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), especialmente da Produção Agrícola Municipal (PAM), permitindo a análise de variáveis como área plantada, área colhida, produção total e valor da produção ao longo do tempo.

Complementarmente, foram incorporadas informações técnicas da Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (CEPLAC), com foco em aspectos produtivos, assistência técnica e caracterização da cacauicultura nas regiões estudadas.

No âmbito institucional e setorial, foram analisados documentos e conteúdos disponibilizados pela Associação Nacional das Indicações Geográficas (AIPC), pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e por associações vinculadas à promoção de IGs no Brasil, os quais contribuíram para a compreensão do ambiente regulatório, das estratégias de valorização territorial e da evolução do instrumento no contexto nacional.

A utilização dessas múltiplas fontes permitiu a triangulação de dados e a construção de uma base analítica consistente, articulando informações quantitativas e qualitativas, de modo a fortalecer a interpretação dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas nos territórios investigados.

4.2.1 Produção de cacau no Brasil

A evolução da cacauicultura brasileira entre 1988 e 2024 revela processo de reconfiguração estrutural que envolve mudanças na distribuição territorial da produção, na eficiência técnica e na inserção internacional do país.

Os dados consolidados de 2024 sintetizam essa transformação histórica. O Brasil produziu 297.509 toneladas de cacau em 618.404 hectares, alcançando produtividade média de 481 kg por hectare. O valor bruto da produção atingiu R\$ 15.264.498 mil, refletindo tanto o volume físico quanto a valorização internacional recente do produto. A estrutura produtiva envolve mais de 93 mil estabelecimentos agropecuários no país, evidenciando elevada capilaridade territorial e relevância socioeconômica da atividade, especialmente em regiões rurais da Bahia e da Amazônia.

A distribuição federativa da produção em 2024 encontra-se detalhada na tabela a seguir, que apresenta, para cada unidade da federação produtora, a área colhida, o volume produzido, o valor da produção e a produtividade média.

Tabela 2 - Dados sobre área colhida, produção, valor e produtividade

Estado	Área colhida (ha)	Produção (t)	Valor (mil R\$)	Produtividade (kg/ha)
Brasil	618404	297509	15264498	481,09
Bahia	428998	137028	6518915	319,41
Pará	164620	137455	771679	834,98
Rondônia	6886	8716	408600	1265,76
Espírito Santo	15784	12166	543076	770,78
Outros	2116	152	7016455	71,83

Fonte: Elaborado pelo autor (2026) a partir de informações do IBGE (2024), Produção Agrícola Municipal.

A leitura dessa tabela evidencia concentração significativa da produção nacional em dois estados: Pará e Bahia, que juntos responderam por 92,26% do volume total. A Bahia produziu 137.028 toneladas, operando sobre 428.998 hectares, com produtividade média de 319 kg por hectare. O Pará, por sua vez, produziu 137.455 toneladas em 164.620 hectares, alcançando produtividade média de 835 kg por hectare. A diferença entre os dois estados revela mudança qualitativa no padrão produtivo brasileiro, com crescente centralidade da eficiência técnica.

Além de Bahia e Pará, destacam-se Espírito Santo e Rondônia como produtores de escala intermediária, enquanto outros estados possuem participação residual, contribuindo para a diversificação territorial da atividade. Essa visão permite observar empiricamente uma nova geografia produtiva, evidenciando que a liderança nacional deixa de ser sustentada exclusivamente pela extensão territorial e passa a depender crescentemente da produtividade.

4.2.2 A indicação geográfica de Tomé-Açu

A trajetória produtiva de Tomé-Açu deve ser analisada em perspectiva histórica, articulando a dinâmica local à reconfiguração territorial da cacauicultura brasileira, à consolidação do Pará como novo polo nacional da produção de cacau e ao reconhecimento da Indicação Geográfica Cacau de Tomé-Açu.

Diferentemente de movimentos pautados predominantemente pela expansão extensiva da fronteira agrícola, o crescimento municipal ao longo das últimas décadas esteve associado à intensificação produtiva sustentada por inovação técnica, diversificação agroflorestal e organização coletiva, elementos que constituíram a base estrutural para o processo de reconhecimento da IG.

Em 1988, o município registrava 3.174 hectares colhidos e produção de 1.746 toneladas, com produtividade média aproximada de 550 kg por hectare. Em 2024, a área colhida alcançou cerca de 4.000 hectares, crescimento aproximado de 26%, enquanto a produção evoluiu para 2.960 toneladas, incremento próximo de 70%.

A produtividade média passou a aproximadamente 740 kg por hectare, representando aumento de cerca de 35% em relação ao final dos anos 1980. A diferença entre a expansão da produção e da área colhida confirma que o dinamismo municipal decorreu prioritariamente de ganhos de eficiência, e não de expansão territorial.

Entretanto, para compreender a sustentabilidade dessa trajetória, é fundamental analisar também a base social da produção. Segundo o Censo Agropecuário de 2017, Tomé-Açu possuía 2.337 estabelecimentos agropecuários, dos quais 650 declararam cultivo de cacau. Isso significa que aproximadamente 28% dos estabelecimentos do município estavam diretamente envolvidos com a cacauicultura naquele período. Em escala nacional, o Brasil registrava 93.314 estabelecimentos produtores de cacau, o que evidencia que Tomé-Açu concentrava cerca de 0,7% do total nacional de unidades produtoras.

Embora o percentual nacional pareça modesto, a relevância do município torna-se evidente quando se considera sua combinação entre número expressivo de produtores, padrão técnico diferenciado e organização coletiva consolidada. A presença de 650 estabelecimentos com cacau revela uma base produtiva pulverizada, característica de territórios nos quais predominam pequenos e médios produtores. Essa estrutura fundiária possui implicações diretas para a governança da IG, pois amplia a necessidade de coordenação institucional, mecanismos de controle de qualidade e fortalecimento do capital social local.

O desempenho histórico do município encontra fundamento na consolidação do Sistema Agroflorestal de Tomé-Açu (SAFTA), modelo que integra o cacau a sistemas diversificados e manejados de forma contínua. Esse arranjo produtivo contribuiu para estabilidade produtiva, mitigação de riscos associados a monocultivos e diversificação de renda. A própria IG incorpora esse sistema como elemento identitário central, reforçando a conexão entre práticas produtivas, conservação ambiental e diferenciação mercadológica.

A análise conjunta da evolução produtiva, da base de estabelecimentos e da formalização da IG revela que Tomé-Açu não apenas ampliou sua produção ao longo do tempo, mas consolidou um modelo territorial estruturado. A existência de 650 estabelecimentos produtores cria massa crítica suficiente para sustentar estratégias coletivas de diferenciação, ao mesmo tempo em que impõe a necessidade de governança robusta para evitar dispersão de qualidade e erosão reputacional.

Assim, a trajetória municipal entre 1988 e 2024 evidencia crescimento incremental baseado em intensificação técnica, organização produtiva e fortalecimento institucional. A Indicação Geográfica representa etapa adicional nesse processo, ao transformar reputação construída historicamente em ativo jurídico e estratégico, com potencial de ampliação da agregação de valor e qualificação da inserção em mercados.

4.2.3 A indicação geográfica do cacau de Rondônia

Em 2024, o estado produziu 8.716 toneladas de cacau em 6.870 hectares, alcançando produtividade média de 1.269 kg por hectare, a mais elevada entre os principais estados produtores. O valor da produção atingiu aproximadamente 408,6 milhões de reais, indicando que, embora opere em escala territorial menor, Rondônia apresenta expressiva geração de valor econômico por unidade de área.

A participação estadual no volume nacional foi de 2,93% em 2024. À primeira vista, trata-se de parcela modesta; contudo, a análise da produtividade revela padrão intensivo diferenciado. Enquanto o Brasil apresentou rendimento médio de 481 kg por hectare e a Bahia registrou 319 kg por hectare, Rondônia operou com desempenho mais que o dobro da média nacional. Mesmo em relação ao Pará, cuja produtividade foi de 835 kg por hectare no mesmo ano, Rondônia apresenta rendimento físico significativamente superior.

Essa configuração sugere consolidação de modelo produtivo intensivo, possivelmente associado à renovação de lavouras, adoção de materiais genéticos mais produtivos, maior densidade de plantio e assistência técnica continuada.

Segundo o Censo Agropecuário de 2017, o estado registrava 2.342 estabelecimentos com cultivo de cacau e aproximadamente 4.167 mil pés plantados, indicando base produtiva pulverizada e distribuída territorialmente. A combinação entre elevado número de estabelecimentos e alto rendimento médio evidencia que a eficiência não decorre de concentração em poucos grandes produtores, mas de melhoria técnica relativamente disseminada.

A Indicação Geográfica do Cacau de Rondônia insere-se nesse contexto como instrumento de consolidação reputacional em escala estadual. Ao abranger todo o território, a IG busca construir identidade coletiva associada à qualidade técnica e ao desempenho produtivo, transformando eficiência física em ativo simbólico e econômico.

Diferentemente de delimitações territoriais restritas, a amplitude estadual amplia o alcance do selo, mas também impõe desafios adicionais de padronização, controle de qualidade e harmonização das práticas produtivas em ambiente heterogêneo.

Do ponto de vista estrutural, Rondônia ocupa posição específica na configuração produtiva nacional: menor participação volumétrica, elevada intensidade produtiva e relevante valor agregado por hectare. Essa combinação cria condições favoráveis para estratégias de diferenciação baseadas em qualidade física da amêndoa e eficiência técnica, ainda que a dispersão territorial dos produtores exija mecanismos robustos de governança para sustentar a reputação coletiva.

4.2.4 Mapeamento da cadeia produtiva do cacau da Amazônia brasileira

A cadeia produtiva do cacau no Brasil configura-se como um sistema agroindustrial hierarquizado, no qual coexistem base produtiva pulverizada, elevada concentração industrial no processamento e diversificação crescente nos segmentos finais de transformação e comercialização. A compreensão dessa arquitetura estrutural é fundamental para analisar assimetrias de poder, mecanismos de coordenação, padrões de captura de valor e oportunidades de diferenciação territorial.

A base produtiva brasileira é ampla e territorialmente distribuída. De acordo com o último levantamento disponível, de 2017, mais de 93 mil estabelecimentos agropecuários dedicam-se ao cultivo de cacau, concentrando-se principalmente na Bahia, Pará, Rondônia e Espírito Santo. A Tabela 3 apresenta o detalhamento da distribuição desses estabelecimentos por unidade da federação, permitindo visualizar a dimensão e a concentração regional da produção nacional. Essa capilaridade produtiva revela forte fragmentação da oferta primária, com predominância de pequenos e médios produtores.

Tabela 3 - Número de estabelecimentos agropecuários com produção de cacau (amêndoa) por Unidade da Federação

Unidade da Federação	Estabelecimentos com cacau
Brasil	93.314
Bahia	69.022
Pará	18.140
Espírito Santo	2.808
Rondônia	2.342
Amazonas	688
Mato Grosso	147
Acre	18
Amapá	19
Roraima	22
Tocantins	10
Maranhão	2
Piauí	2
Ceará	2
Pernambuco	4

Sergipe	10
Minas Gerais	50
Rio de Janeiro	14
São Paulo	15
Paraná	3
Rio Grande do Norte	0
Paraíba	0
Alagoas	0
Santa Catarina	0
Rio Grande do Sul	0
Mato Grosso do Sul	0
Goiás	0
Distrito Federal	0

Fonte: Elaborado pelo autor (2026) a partir de informações do IBGE (2017), Censo Agropecuário.

A produção nacional oscila entre aproximadamente 220 e 250 mil toneladas anuais de amêndoas, variando conforme condições climáticas, renovação de lavouras e produtividade regional. A pulverização da base produtiva contrasta com a concentração observada nos elos industriais, configurando assimetria estrutural na governança da cadeia. Enquanto milhares de produtores ofertam volumes relativamente pequenos e dispersos, poucos agentes industriais concentram a capacidade de processamento e influência sobre padrões técnicos e comerciais.

O mapeamento da cadeia produtiva do cacau constitui etapa fundamental para a compreensão dos mecanismos de geração, distribuição e captura de valor associados às Indicações Geográficas, configurando-se também como um dos objetivos específicos desta pesquisa.

Ao identificar os diferentes elos que compõem a cadeia e as relações estabelecidas entre seus atores, torna-se possível analisar como os efeitos econômicos se estruturam ao longo do sistema produtivo, bem como as assimetrias de poder, os mecanismos de coordenação e as oportunidades de diferenciação.

Essa abordagem permite compreender não apenas a sequência de atividades que conduzem da produção ao consumo final, mas também as dinâmicas institucionais, mercadológicas e territoriais que influenciam o desempenho econômico dos agentes envolvidos.

O mapeamento apresentado resulta da análise combinada de dados secundários e das evidências empíricas obtidas por meio das entrevistas realizadas com atores da cadeia, permitindo uma leitura integrada entre estrutura setorial e percepções dos agentes. A partir desse procedimento, apresenta-se a seguir a descrição dos principais elos da cadeia produtiva do cacau nos territórios analisados.

O primeiro elo corresponde à produção primária, envolvendo cultivo, colheita, fermentação e secagem das amêndoas. As etapas de pós-colheita são determinantes para a qualidade final do produto e para sua inserção em mercados diferenciados. A padronização desses processos depende de acesso à assistência técnica, infraestrutura adequada e organização coletiva, fatores que influenciam diretamente a capacidade de agregação de valor.

Nesse elo observa-se também a atuação estratégica de grandes compradores que oferecem benefícios vinculados à aquisição de insumos, assistência técnica e programas de melhoria produtiva. Tais mecanismos funcionam como instrumentos de coordenação vertical, induzindo padrões técnicos, elevando produtividade e assegurando regularidade de fornecimento. Ao mesmo tempo, reforçam a dependência dos produtores em relação a compradores dominantes, contribuindo para a consolidação de estruturas hierarquizadas.

O segundo elo envolve a intermediação e a organização da oferta. Além de cooperativas e associações, atuam atravessadores que agregam a produção de múltiplos agricultores para posterior revenda às moageiras ou compradores industriais. Esses agentes desempenham papel relevante, sobretudo em regiões com maior dispersão territorial e limitações logísticas, reduzindo custos de transação e viabilizando o escoamento da produção.

Há ainda situações em que produtores operam como intermediários, adquirindo amêndoas de outros agricultores e revendendo diretamente às indústrias de moagem. Essa função híbrida demonstra que a intermediação pode ocorrer internamente ao território, evidenciando a fluidez das fronteiras entre produção e comercialização primária.

Cooperativas e associações exercem papel estruturante nesse elo. A Camta, em Tomé-Açu, organiza a produção, padroniza a qualidade e amplia a inserção mercadológica dos associados. A Cacauron, em Rondônia, atua na articulação institucional e promoção territorial, inclusive comercializando chocolates produzidos por associados. Esses arranjos fortalecem a coordenação coletiva, ampliam capacidade de negociação e criam condições para maior captura de valor no nível territorial.

O terceiro elo corresponde ao processamento industrial. A moagem é altamente concentrada, com empresas como Barry Callebaut, Cargill, Olam Food Ingredients (OFI) e Indústria Brasileira de Cacau respondendo por aproximadamente 93% a 95% da compra e moagem nacional. Soma-se a esse cenário a atuação da Cerealista Ouro Verde, localizada em Jarú, Rondônia, com relevância regional na dinâmica de aquisição e processamento. A moagem converte amêndoas em *liquor*, manteiga e pó de cacau, insumos destinados à indústria alimentícia. Esse elo ocupa posição estratégica na governança da cadeia, influenciando padrões

técnicos, exigências de qualidade e fluxos comerciais, configurando-se como núcleo de poder econômico e coordenação vertical.

O quarto elo envolve a indústria de transformação. Nesse segmento coexistem grandes corporações globais e empresas de menor porte. Entre as grandes indústrias destacam-se Nestlé, Mars Wrigley e Mondelēz, que operam sob lógica de escala, padronização e integração global de suprimentos. Paralelamente, observa-se expansão do segmento de chocolateiras artesanais e do modelo *bean-to-bar*, que estabelecem relações mais diretas com produtores ou cooperativas, valorizando rastreabilidade, qualidade sensorial e identidade territorial. Esse movimento representa tentativa de reconfiguração parcial da lógica de *commodity* por meio de estratégias de diferenciação.

O quinto elo compreende distribuição e comercialização final, incluindo varejo nacional, exportação e nichos especializados. A inserção internacional expõe a cadeia às dinâmicas globais de oferta e demanda e à volatilidade típica do mercado de *commodities* agrícolas, influenciada por fatores climáticos, geopolíticos e financeiros.

A Figura 6 apresenta representação visual da cadeia produtiva do cacau no Brasil, sintetizando os elos produtivos, industriais e comerciais, bem como as conexões entre produção, intermediação, processamento e mercado.

Figura 6 – Mapa ilustrativo da cadeia de cacau na Amazônia brasileira



Fonte: Elaborado pelo autor com base em AIPC (2025) e entrevistas realizadas (2026).

De forma transversal a todos os elos, atuam instituições de apoio técnico e financeiro que compõem a infraestrutura institucional da cadeia. Organizações como Sebrae, Senar e Apex contribuem para capacitação produtiva, qualificação gerencial e promoção comercial. Cooperativas de crédito como Sicoob e Sicredi viabilizam acesso a financiamento e investimento, influenciando modernização tecnológica, adoção de padrões de qualidade e ampliação da capacidade produtiva. Esses atores reduzem riscos, facilitam coordenação e ampliam possibilidades de inserção em mercados diferenciados.

A inserção do Brasil no mercado internacional reforça a natureza híbrida da cadeia. De um lado, mantém-se fortemente integrada à lógica global de *commodity*, com referências externas influenciando decisões produtivas e industriais. De outro, observa-se expansão de nichos diferenciados baseados em qualidade, rastreabilidade e origem territorial, especialmente em contextos com maior organização coletiva e reputação consolidada.

Nesse ambiente emerge também o modelo *tree-to-bar*, no qual produtores ou organizações locais incorporam etapas adicionais de beneficiamento e transformação, comercializando o produto final diretamente no mercado. Esse movimento reduz intermediações tradicionais, amplia a captura de valor no território e fortalece a identidade territorial do produto. Embora ainda represente parcela minoritária da produção nacional, o

modelo indica tendência de verticalização parcial da cadeia, associada a estratégias de diferenciação e agregação de valor.

Assim, a cadeia produtiva do cacau no Brasil caracteriza-se por base produtiva capilarizada, múltiplos níveis de intermediação, processamento concentrado, transformação diversificada, iniciativas de verticalização e suporte institucional transversal. Essa configuração estrutural condiciona diretamente o potencial de atuação das Indicações Geográficas, influenciando tanto oportunidades quanto limites de captura de valor no nível territorial. Em contextos de forte coordenação coletiva e organização institucional, a IG pode operar como mecanismo de diferenciação e reequilíbrio parcial das assimetrias; em contextos de baixa articulação, seus efeitos tendem a ser mais restritos.

A inserção do Brasil no mercado internacional reforça a natureza híbrida da cadeia. De um lado, mantém-se fortemente integrada à lógica global de *commodity*, com referências externas influenciando decisões produtivas e industriais. De outro, observa-se expansão de nichos diferenciados baseados em qualidade, rastreabilidade e origem territorial, especialmente em contextos com maior organização coletiva e reputação consolidada.

4.3 Análise do conteúdo das entrevistas

Esta seção apresenta os resultados da análise qualitativa das entrevistas realizadas, com foco na identificação e interpretação dos efeitos econômicos associados às Indicações Geográficas nos territórios estudados. A análise parte da caracterização dos participantes, cuja diversidade funcional e produtiva permite compreender o fenômeno a partir de diferentes posições na cadeia do cacau.

Os achados são organizados conforme os constructos definidos no modelo teórico da pesquisa, Produção, Comercialização e Agregação de Valor, acrescidos da dimensão territorial, que emergiu como elemento transversal ao longo da investigação. Essa estrutura possibilita examinar de forma integrada como a certificação influencia a organização produtiva, a inserção mercadológica e os processos de valorização econômica nos territórios analisados.

A análise de conteúdo foi conduzida com apoio do software Atlas.ti, a partir da codificação das entrevistas transcritas. O procedimento combinou categorias dedutivas, fundamentadas na matriz analítica previamente estruturada, e categorias indutivas, identificadas a partir do material empírico. Essa articulação permitiu preservar o alinhamento com o referencial teórico ao mesmo tempo em que incorporou dimensões emergentes da realidade observada.

No grupo de produtores, evidenciou-se heterogeneidade quanto ao porte das propriedades, escala produtiva e estratégias de mercado. Parte dos entrevistados mantém

atuação concentrada na venda de amêndoas in natura, enquanto outros ampliam sua inserção por meio de diversificação produtiva, busca por novos canais ou acesso a mercados diferenciados. Tais diferenças refletiram-se em indicadores como volume certificado, proporção de uso do selo, variação de preços e expansão comercial, revelando distintos níveis de captura de valor econômico.

As narrativas também evidenciaram especificidades territoriais. Em Rondônia, a composição da base produtiva está associada a fluxos migratórios provenientes de diferentes estados brasileiros, característica que marcou a formação agrícola da região. Em Tomé-Açu, a trajetória histórica do sistema agroflorestal, vinculada à imigração japonesa e à organização coletiva consolidada ao longo do tempo, foi recorrentemente mencionada pelos entrevistados. Esses elementos apareceram nas falas como referências à identidade produtiva e à diferenciação territorial.

A participação do comprador com atuação nacional contribuiu para ampliar a perspectiva analítica, incorporando critérios de decisão de mercado. Foram destacados aspectos como qualidade percebida, regularidade de fornecimento, uso efetivo do selo da IG, rastreabilidade e reputação dos fornecedores. Essa visão externa ao território permitiu contrastar expectativas dos produtores com exigências efetivas do mercado.

Na etapa inicial de codificação, foram confirmadas evidências relacionadas aos indicadores previstos na matriz analítica, incluindo prêmio de preço, renda, faturamento, uso do selo, governança, visibilidade do produto e custos associados à manutenção da certificação. Também se verificou a importância atribuída às certificações complementares e a estratégias de posicionamento como mecanismos de diferenciação.

Durante o refinamento das categorias, alguns indicadores foram ampliados para incorporar menções a premiações e reconhecimentos públicos, tratados como ativos reputacionais. Paralelamente, emergiram dimensões não explicitamente previstas na matriz inicial, como sucessão produtiva, reputação empresarial individual e percepção sobre a estrutura da cadeia. A sucessão foi associada à continuidade da atividade e à permanência no território; a distinção entre reputação individual e coletiva revelou diferenças na forma de apropriação dos benefícios; e as referências à estrutura da cadeia evidenciaram assimetrias que influenciam a distribuição do valor gerado.

A integração entre categorias dedutivas e indutivas conferiu maior profundidade interpretativa à análise. Os dados indicam que Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território operam de maneira interdependente, configurando um sistema no qual os efeitos econômicos da IG resultam da articulação entre organização produtiva, governança coletiva e

inserção mercadológica. Essa constatação fundamenta os ajustes realizados no protocolo analítico final da dissertação, reforçando a natureza sistêmica dos impactos observados.

4.3.1 Análise geral dos resultados

A análise geral dos resultados tem como objetivo identificar a configuração sistêmica das percepções sobre a Indicação Geográfica no conjunto dos entrevistados, independentemente de sua posição na cadeia produtiva. Ao integrar produtores, compradores e entidades em uma única matriz interpretativa, busca-se compreender quais dimensões apresentam maior convergência avaliativa e quais revelam tensões estruturais ou fragilidades recorrentes. Nesse contexto, optou-se por não utilizar métricas de coocorrência entre códigos como eixo central da interpretação, uma vez que o foco não reside na identificação de associações estatísticas entre categorias, mas na leitura integrada da intensidade temática, da polaridade das manifestações e da coerência sistêmica entre os constructos analíticos.

Essa abordagem permite distinguir entre atributos que operam como capital simbólico consolidado, como reputação, qualidade percebida e organização coletiva, e aqueles que indicam limitações na captura e distribuição de valor, como prêmio de preço, disposição a pagar e volume de produção certificada. A consolidação das evidências em perspectiva agregada privilegia a interpretação substantiva das dinâmicas econômicas e territoriais, evitando que a análise seja conduzida por relações meramente frequenciais entre códigos.

Dessa forma, a leitura integrada oferece panorama consistente do grau de maturidade do sistema territorial estudado, evidenciando em que medida a IG é percebida como diferencial econômico estruturante ou como componente complementar dentro de um arranjo mais amplo de qualificação e reputação.

Tabela 4 - Análise geral de resultados da análise das entrevistas

Códigos	Dimensão	Negativa NEG_Evidencia_negativa	Neutro NEU_Contexto	Positiva POS_Evidencia_positiva	Total (Neg+Pos)	Saldo positivo	% Positivo
Diversificacao	Comercialização	4	2	33	37	29	78%
Faturamento		1	0	3	4	2	50%
Lucro		0	0	3	3	3	100%
Novos canais		2	8	28	30	26	87%
Novos mercados		5	6	19	24	14	58%
Novos negocios		2	0	16	18	14	78%
Relacao_entre_elos		4	26	15	19	11	58%
Renda		0	0	5	5	5	100%
Reputacao_empresarial		1	0	5	6	4	67%
Volume_compra		1	2	1	2	0	0%
Volume_vendas		2	3	1	3	-1	-33%
Beneficios_percebidos	Produção	6	0	1	7	-5	-71%
Consciencia_IG		12	0	3	15	-9	-60%
Custo_adaptacao_manutencao		10	1	9	19	-1	-5%
Estrutura_cadeia		2	10	10	12	8	67%
Quantidade_produtores		0	7	0	0	0	-
Registro_uso_efetivo_selo		9	1	12	21	3	14%
Valor_producao_IG		0	5	0	0	0	-
Volume_com_IG		7	2	4	11	-3	-27%
Volume_total		0	14	1	1	1	100%
Atracao_investimentos	Território	1	0	6	7	5	71%
Expansao_produtiva		2	0	3	5	1	20%
Governanca		2	1	4	6	2	33%
Identidade_territorial		2	1	11	13	9	69%
Organizacao_coletiva		6	4	24	30	18	60%
Sucessao_negocio		0	1	8	8	8	100%
Aumento_visibilidade	Agregação de valor	2	1	13	15	11	73%
Disposicao_pagar		10	2	5	15	-5	-33%
Distribuicao_valor		3	2	4	7	1	14%
Exigencia_compradores		11	2	5	16	-6	-38%
Investimento_branding		3	0	8	11	5	45%
Justica_distribuicao		4	0	4	8	0	0%
Outras_certificacoes_diferenciais		0	4	9	9	9	100%
Premio_preco		9	7	8	17	-1	-6%
Protecao_marca_produto		5	2	2	7	-3	-43%
Qualidade_percebida		2	4	15	17	13	76%
Reputacao		4	1	16	20	12	60%

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir dos dados extraídos do software *Atlas.ti*.

A análise consolidada dos resultados gerais revela configuração marcada por forte reconhecimento dos efeitos estruturais e organizacionais da Indicação Geográfica, acompanhado por limitações relevantes na sua conversão em diferencial econômico direto no mercado. A leitura integrada das 328 citações evidencia que a IG é percebida como instrumento capaz de fortalecer o arranjo territorial, ampliar visibilidade e estimular dinamismo comercial, mas ainda enfrenta fragilidades relacionadas à monetização do selo e à internalização estratégica do seu significado.

No campo dos indicadores positivos, destacam-se dimensões associadas tanto à dinâmica econômica quanto ao fortalecimento institucional. Diversificação, novos canais, novos mercados, novos negócios, relação entre os elos, estrutura da cadeia, identidade territorial, organização coletiva, aumento da visibilidade, investimento em *branding*, qualidade percebida e reputação aparecem com maior densidade de citações, indicando centralidade temática no discurso dos entrevistados.

A diversificação de portfólio revela movimento concreto de agregação de valor por meio da verticalização produtiva. Como relata o Entrevistado 3: “Olha, tem muita variedade de chocolate... é creme de Castanha do Pará com amêndoas de cacau de Rondônia... tem um outro produto que é o carro chefe, que é o mel de cacau.” A fala evidencia que a IG estimula a transformação da matéria-prima em produtos de maior margem, funcionando como estratégia adaptativa diante da limitação de prêmio de preço consistente no cacau in natura.

Os novos canais também aparecem como dimensão relevante, sobretudo pela participação em feiras e eventos especializados. O Entrevistado 3 destaca que “nosso maior foco de venda são feiras... é onde a gente acaba tendo maior visibilidade da IG... da gente levar 20 kg de chocolate e vender todo o chocolate.” A expansão para feiras amplia exposição da marca territorial e reforça a percepção positiva associada ao aumento da visibilidade.

No plano territorial e organizacional, identidade territorial e organização coletiva se consolidam como ativos centrais. O Entrevistado 5 afirma que “é essa identidade que possamos vestir a camisa juntos... que construímos com muito sacrifício... que é a indicação geográfica.” De forma complementar, o Entrevistado 9 destaca que “quanto mais eu fortalecer e eu comprar de produtos de dentro da associação, eu vou fortalecer.” Essas falas evidenciam que a IG opera como elemento agregador, reforçando coesão interna e articulação coletiva. A relação entre os elos da cadeia também aparece como positiva, ainda que reconheça desafios concorrenciais, como expressa o Entrevistado 1 ao afirmar que “é concorrência monetária... mas o resto é conscientização e cooperação.”

Entretanto, a análise geral também evidencia fragilidades estruturais relevantes. Entre os indicadores negativos com maior densidade de citações destacam-se consciência sobre IG, volume de produção com IG, disposição a pagar e exigência dos compradores.

A negatividade associada à consciência sobre IG revela fragilidade transversal na internalização estratégica do instrumento. Como afirma o Entrevistado 6: “o produtor precisa entender e querer fazer. É muito difícil.” A consolidação da IG depende de engajamento ativo e compreensão compartilhada, ainda não plenamente atingidos.

O volume de produção com IG surge como limitação estrutural central. A insuficiência de escala certificada compromete a capacidade de atender mercados ampliados e consolidar presença comercial consistente. O Entrevistado 7 sintetiza essa questão ao afirmar: “Para melhorar o acesso a mercados, a gente precisa ter volume. Só que para ter volume, a gente precisa ter políticas públicas... trabalhar com as instituições no geral da cadeia do cacau.” A fala evidencia que a ampliação da oferta certificada não depende apenas de esforço individual

dos produtores, mas de articulação institucional e políticas públicas que fortaleçam toda a cadeia.

A disposição a pagar e o prêmio de preço revelam cenário ambivalente, mas com predominância negativa no agregado. O Entrevistado 2 relata que “deixamos de comercializar o selo com indicação geográfica, porque o nosso cliente não está pagando nenhuma coisa a mais por ter esse selo.” De forma convergente, o Entrevistado 10 afirma: “A gente adquire, mas a gente não paga por indicação geográfica. Não existe um prêmio de preço exclusivo por indicação geográfica.” Ao complementar, o mesmo entrevistado esclarece que o diferencial remuneratório, quando ocorre, está associado a outros atributos específicos de qualidade ou reconhecimento, e não ao selo territorial isoladamente. Essa fala reforça que o mercado não internaliza sistematicamente a IG como justificativa autônoma para pagamento adicional.

Ainda que existam situações pontuais de premiação elevada, como relatado pelo Entrevistado 9 ao mencionar pagamento superior a 100% do valor de mercado, esses casos parecem vinculados a diferenciais específicos e não exclusivamente à IG. Essa distinção torna-se mais evidente quando se observa o indicador outras certificações e diferenciais, avaliado positivamente. O Entrevistado 7 relata que lotes finalistas de concursos são vendidos com premiações significativamente superiores ao preço industrial. Isso sugere que atributos como certificações complementares e diferenciais de qualidade possuem maior capacidade de gerar diferencial monetário direto do que a IG isoladamente.

Em síntese, a análise geral evidencia sistema territorial com capital reputacional consolidado, fortalecimento organizacional e dinamismo comercial, expresso na diversificação e na abertura de novos mercados. Contudo, limitações de escala produtiva certificada, ausência de exigência formal do selo e baixa disposição a pagar indicam que a IG ainda não se consolidou como diferencial econômico dominante. A maturidade do sistema dependerá da integração entre ampliação de volume, fortalecimento institucional, políticas públicas e estratégias de mercado capazes de transformar reputação territorial em remuneração diferenciada estruturada.

4.3.2 Análise detalhada por território das IGs Tomé-Açu e Rondônia Cacau

Após a apresentação da análise geral consolidada, esta seção aprofunda a investigação a partir da desagregação territorial dos dados, examinando separadamente os resultados referentes a Tomé-Açu e Rondônia, sem perder de vista a perspectiva comparativa entre os dois contextos. A tabela a seguir apresenta a distribuição dos indicadores segundo cada território, permitindo identificar padrões específicos, convergências e divergências na percepção dos impactos da Indicação Geográfica.

A análise territorial é fundamental, pois a maturidade institucional, o tempo de consolidação da IG, a estrutura produtiva e o nível de articulação coletiva variam entre os dois contextos. Assim, embora compartilhem o mesmo instrumento de certificação territorial, Tomé-Açu e Rondônia podem apresentar dinâmicas distintas de captura de valor, organização da cadeia e reconhecimento mercadológico.

Tabela 5 - Análise comparativa entre territórios das IGs

Códigos	Dimensão	Tomé-Açu						Rondônia						Tomé-Açu + Rondônia		
		Negativa	Neutra	Positiva	Total	Saldo positivo	% Positivo	Negativa	Neutra	Positiva	Total	Saldo positivo	% Positivo	Total	Saldo positivo	% Positivo
diversificacao	Comercialização	3	1	26	29	23	79%	1	1	7	8	6	75%	37	29	78%
aturamento		1	0	3	4	2	50%	0	0	0	0	0	-	4	2	50%
ucro		0	0	3	3	3	100%	0	0	0	0	0	-	3	3	100%
ovos_canais		1	2	17	18	16	89%	1	6	11	12	10	83%	30	26	87%
ovos_mercados		2	3	11	13	9	69%	3	2	8	11	5	45%	24	14	58%
ovos_negocios		2	0	13	15	11	73%	0	0	3	3	3	100%	18	14	78%
elacao_entre_elos		2	17	6	8	4	50%	2	9	9	11	7	64%	19	11	58%
enda		0	0	4	4	4	100%	0	0	1	1	1	100%	5	5	100%
reputacao_empresarial		0	0	2	2	2	100%	1	0	3	4	2	50%	6	4	67%
olume_compra		0	0	0	0	0	-	1	1	1	2	0	0%	2	0	0%
olume_vendas		2	1	0	2	-2	-100%	0	2	1	1	1	100%	3	-1	-33%
eneficios_percebidos		2	0	0	2	-2	-100%	3	0	1	4	-2	-50%	6	-4	-67%
onsciencia_IG		5	0	3	8	-2	-25%	7	0	0	7	-7	-100%	15	-9	-60%
usto_adaptacao_manutencao		4	1	4	8	0	0%	6	0	5	11	-1	-9%	19	-1	-5%
estrutura_cadeia	Produção	1	6	3	4	2	50%	1	4	7	8	6	75%	12	8	67%
uantidade_produtores		0	5	0	0	0	-	0	2	0	0	0	-	0	0	-
registro_uso_efetivo_selo		5	1	7	12	2	17%	4	0	5	9	1	11%	21	3	14%
alor_producao_IG		0	4	0	0	0	-	0	1	0	0	0	-	0	0	0%
olume_IG		2	0	1	3	-1	-33%	5	2	3	8	-2	-25%	11	-3	-27%
olume_total		0	11	0	0	0	-	0	3	1	1	1	100%	1	1	100%
tracao_investimentos		1	0	4	5	3	60%	0	0	2	2	2	100%	7	5	71%
xpansao_produtiva		0	0	0	0	0	-	2	0	3	5	1	20%	5	1	20%
overnanca		1	1	0	1	-1	-100%	1	0	4	5	3	60%	6	2	33%
entidade_territorial		1	0	9	10	8	80%	1	1	2	3	1	33%	13	9	69%
rganizacao_coletiva	Agregação de valor	3	3	16	19	13	68%	3	1	8	11	5	45%	30	18	60%
ucesso_negocio		0	1	4	4	4	100%	0	0	4	4	4	100%	8	8	100%
umento_visibilidade		2	1	8	10	6	60%	0	0	5	5	5	100%	15	11	73%
isposicao_pagar		4	2	1	5	-3	-60%	5	0	4	9	-1	-11%	14	-4	-29%
istribuiçao_valor		1	1	2	3	1	33%	2	1	2	4	0	0%	7	1	14%
xigencia_compradores		9	2	1	10	-8	-80%	2	0	4	6	2	33%	16	-6	-38%
vestimento_branding		3	0	1	4	-2	-50%	0	0	6	6	6	100%	10	4	40%
ustica_distribuiçao		1	0	3	4	2	50%	3	0	1	4	-2	-50%	8	0	0%
utras_certificacoes_diferencia		0	4	5	5	5	100%	0	0	4	4	4	100%	9	9	100%
remio_preco		4	4	1	5	-3	-60%	3	2	7	10	4	40%	15	1	7%
rotecao_marca_produto		3	1	0	3	-3	-100%	2	1	2	4	0	0%	7	-3	-43%
ualidade_percebida		0	1	2	2	2	100%	1	3	12	13	11	85%	15	13	87%
reputacao		1	0	4	5	3	60%	3	1	12	15	9	60%	20	12	60%

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir dos dados extraídos do software *Atlas.ti*.

A análise comparativa entre Tomé-Açu e Rondônia evidencia que, embora ambos os territórios apresentem reconhecimento positivo em dimensões estruturais da Indicação Geográfica, os padrões de convergência e as fragilidades identificadas revelam estágios distintos de consolidação do sistema territorial. A leitura integrada dos indicadores demonstra que os efeitos da IG se manifestam de forma assimétrica, tanto em intensidade quanto em consistência, refletindo diferenças na maturidade institucional, na articulação coletiva e na capacidade de conversão da reputação territorial em valor econômico.

Em Tomé-Açu observa-se maior concentração de indicadores classificados como positivos em dimensões associadas à organização coletiva, identidade territorial, estrutura da cadeia e relação entre os elos produtivos. Indicadores como organização coletiva (68%), identidade territorial (80%) e relação entre os elos (50%) apresentam elevada consistência

positiva, sugerindo um arranjo institucional mais estabilizado, no qual a IG está mais integrada à dinâmica produtiva local. Essa incorporação se manifesta também no plano simbólico, como evidenciado pelo relato do Entrevistado 5 ao afirmar que “é essa identidade que possamos vestir a camisa juntos... que construímos com muito sacrifício... que é a indicação geográfica”, indicando que o selo ultrapassa a dimensão técnica e passa a operar como elemento estruturante de coesão territorial.

Além disso, indicadores relacionados à expansão mercadológica apresentam elevada intensidade positiva em Tomé-Açu, como novos canais (89%), novos mercados (69%) e novos negócios (73%), além de investimento em *branding* (-50%, indicando ambivalência com presença relevante no discurso). Esse conjunto sugere maior capacidade de articulação entre reputação territorial e estratégia comercial. A atuação em feiras e canais alternativos reforça essa dinâmica, como relatado pelo Entrevistado 3 ao afirmar que “nosso maior foco de venda são feiras... é onde a gente acaba tendo maior visibilidade da IG”, evidenciando que a construção de mercado ocorre fortemente por meio de estratégias de exposição e relacionamento direto com o consumidor.

Rondônia, por sua vez, também apresenta conjunto expressivo de indicadores positivos, especialmente em diversificação (75%), novos canais (83%) e novos negócios (100%), indicando dinamismo produtivo e capacidade de inovação. Esse padrão revela território em expansão, com forte mobilização econômica e abertura de novos espaços de mercado. Como aponta o Entrevistado 3, “tem muita variedade de chocolate... tem creme, tem mel de cacau”, evidenciando processo ativo de diversificação e agregação de valor.

Entretanto, diferentemente de Tomé-Açu, Rondônia apresenta maior incidência de indicadores negativos ou ambivalentes em dimensões estruturais críticas. A consciência sobre a IG (-100%), o volume de produção com IG (-25%) e a exigência dos compradores (-33%) indicam fragilidades na internalização estratégica do selo e na sua consolidação como instrumento de mercado. Essa percepção é reforçada pelo Entrevistado 6, ao afirmar que “o produtor precisa entender e querer fazer. É muito difícil”, evidenciando baixa difusão do significado e dos benefícios da certificação entre os produtores.

Particularmente relevante é a questão do volume de produção com IG, que aparece como limitação estrutural em ambos os territórios, embora com maior intensidade negativa em Rondônia. A insuficiência de escala certificada compromete a capacidade de atender mercados ampliados e limita a consolidação da IG como diferencial competitivo estruturado. O Entrevistado 7 sintetiza essa limitação ao afirmar que “para melhorar o acesso a mercados, a

gente precisa ter volume”, destacando a dependência de políticas públicas e de articulação institucional para viabilizar a expansão.

No que se refere à monetização do selo, ambos os territórios apresentam fragilidades consistentes. Indicadores como disposição a pagar (-60% em Tomé-Açu e -11% em Rondônia) e exigência dos compradores (-80% e -33%, respectivamente) evidenciam que a IG ainda não se consolidou como atributo capaz de gerar prêmio de preço de forma sistemática. Essa limitação aparece de forma clara nas falas dos atores. O Entrevistado 2 afirma que “o cliente não está pagando nenhuma coisa a mais por ter esse selo”, enquanto o Entrevistado 10 reforça que “a gente não paga por indicação geográfica”, indicando ausência de reconhecimento do selo como justificativa autônoma de valorização econômica.

Adicionalmente, a análise dos indicadores classificados como neutros, mas com elevada intensidade de citações, revela a presença de dissensos estruturais no interior dos territórios. Esses casos indicam coexistência de avaliações positivas e negativas sobre determinados aspectos, evidenciando que os efeitos da IG ainda não se estabilizaram de forma homogênea entre os atores. O caso do investimento em *branding* em Tomé-Açu, com polaridade neutra, mas alta incidência de menções, sugere que, embora haja reconhecimento da importância estratégica da marca territorial, sua operacionalização ainda é desigual e marcada por diferentes níveis de engajamento e capacidade de execução.

De forma semelhante, indicadores com polaridade neutra em Rondônia, associados a aspectos como coordenação da cadeia e estrutura produtiva, indicam um sistema em transição, no qual avanços institucionais coexistem com limitações práticas. Esse dissenso não representa ausência de efeito, mas sim um estágio intermediário de consolidação, no qual diferentes atores experimentam a IG de maneira desigual, refletindo heterogeneidade de capacidades, acesso a recursos e inserção em mercados.

Por outro lado, a valorização de outras certificações e diferenciais apresenta desempenho positivo em ambos os territórios (100% em Tomé-Açu e 40% em Rondônia), sugerindo que o ambiente competitivo é marcado por múltiplos sinais de qualidade. A evidência empírica indica que atributos como qualidade sensorial, sustentabilidade e premiações técnicas possuem maior capacidade de gerar diferenciação econômica direta do que a IG isoladamente. Como relatado pelo Entrevistado 7, lotes premiados alcançam valores significativamente superiores, indicando que o mercado responde mais intensamente a atributos verificáveis de qualidade do que à certificação territorial em si.

Em síntese, a comparação territorial revela que Tomé-Açu apresenta padrão mais consolidado de articulação institucional e incorporação da IG à identidade produtiva, enquanto

Rondônia demonstra maior dinamismo e capacidade de expansão, porém com fragilidades mais evidentes na consolidação estrutural da certificação. A presença de dissensos, expressos em indicadores neutros com elevada intensidade, reforça que a maturidade do sistema não é linear, sendo marcada por heterogeneidade interna e diferentes ritmos de apropriação do instrumento. Ambos os territórios compartilham limitações relacionadas à escala produtiva certificada e à monetização do selo, indicando que o principal desafio não reside apenas na consolidação organizacional, mas na construção de mecanismos de mercado capazes de transformar reputação territorial em diferencial econômico sistemático.

Essa leitura comparativa reforça a hipótese de que a maturidade de uma Indicação Geográfica não depende exclusivamente da existência formal do selo, mas da integração entre governança territorial, escala produtiva, consciência estratégica e capacidade de conversão da identidade territorial em vantagem competitiva sustentável.

4.1.3 Análise detalhada por grupos de entrevistados: produtores, compradores e entidades

A tabela a seguir apresenta a análise segmentada dos indicadores segundo os diferentes públicos entrevistados, produtores, compradores e entidades, permitindo compreender como a percepção sobre a Indicação Geográfica varia conforme a posição ocupada na cadeia produtiva. Essa desagregação é fundamental para identificar convergências e assimetrias na avaliação dos impactos da IG, evidenciando como cada grupo interpreta seus efeitos econômicos, organizacionais e mercadológicos. Ao observar a distribuição das polaridades por público, torna-se possível compreender a dinâmica de captura de valor, os pontos de tensão estruturais e o grau de internalização estratégica do instrumento ao longo do sistema territorial.

Tabela 6 - Análise comparativa entre grupos entrevistados

Códigos	Dimensão	PRODUTORES						COMPRADORES						ENTIDADES					
		Negativa	Neutra	Positiva	Total (Neg+Pos)	Saldo positivo	% Positivo	Negativa	Neutra	Positiva	Total (Neg+Pos)	Saldo positivo	% Positivo	Negativa	Neutra	Positiva	Total (Neg+Pos)	Saldo positivo	% Positivo
Diversificacao	Comercialização	3	1	14	17	11	65%	0	1	5	5	5	100%	1	1	19	20	18	90%
Faturamento		1	0	2	3	1	33%	0	0	0	0	0	-	0	0	1	1	1	100%
Lucro		0	0	2	2	2	100%	0	0	0	0	0	-	0	0	1	1	1	100%
Novos canais		0	7	9	9	9	100%	0	3	4	4	4	100%	2	1	19	21	17	81%
Novos mercados		0	4	9	9	9	100%	0	2	1	1	1	100%	5	1	10	15	5	33%
Novos negocios		0	0	6	6	6	100%	0	0	0	0	0	-	2	0	10	12	8	67%
Relacao_entre_elos		0	16	9	9	9	100%	0	5	3	3	3	100%	4	10	6	10	2	20%
Renda		0	0	5	5	5	100%	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	-
Reputacao_empresarial		1	0	3	4	2	50%	0	0	1	1	1	100%	0	0	2	2	2	100%
Volume_compra		0	1	0	0	0	-	0	2	0	0	0	-	1	0	1	2	0	0%
Volume_vendas		0	2	1	1	1	100%	0	0	1	1	1	100%	2	1	0	2	-2	-100%
Beneficios_percebidos		3	0	1	4	-2	-50%	1	0	1	2	0	0%	2	0	0	2	-2	-100%
Consciencia_IG	Produção	5	0	2	7	-3	-43%	2	0	0	2	-2	-100%	7	0	1	8	-6	-75%
Custo_adaptacao_manutencao		5	1	8	13	3	23%	2	0	2	4	0	0%	5	0	1	6	-4	-67%
Estrutura_cadeia		0	9	5	5	5	100%	0	2	1	1	1	100%	2	1	5	7	3	43%
Quantidade_produtores		0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	-	0	7	0	0	0	-
Registro_uso_efetivo_selo		5	1	7	12	2	17%	1	0	2	3	1	33%	4	0	5	9	1	11%
Valor_producao_IG		0	2	0	0	0	-	0	0	0	0	0	-	0	3	0	0	0	-
Volume_IG		5	2	2	7	-3	-43%	1	1	0	1	-1	-100%	2	0	2	4	0	0%
Volume_total		0	7	0	0	0	-	0	1	0	0	0	-	0	7	1	1	1	100%
Atracao_investimentos		0	0	2	2	2	100%	0	0	0	0	0	-	1	0	4	5	3	60%
Expansao_produtiva		1	0	2	3	1	33%	0	0	1	1	1	100%	1	0	1	2	0	0%
Governanca	Território	1	1	3	4	2	50%	0	0	0	0	0	-	1	0	1	2	0	0%
Identidade_territorial		1	1	8	9	7	78%	0	0	0	0	0	-	1	0	3	4	2	50%
Organizacao_coletiva		1	2	15	16	14	88%	0	1	2	2	2	100%	5	2	9	14	4	29%
Sucessao_negocio		0	1	7	7	7	100%	0	0	2	2	2	100%	0	0	1	1	1	100%
Aumento_visibilidade	Agregação de valor	1	0	8	9	7	78%	0	0	0	0	0	-	1	1	5	6	4	67%
Disposicao_pagar		4	1	4	8	0	0%	2	0	1	3	-1	-33%	5	1	1	6	-4	-67%
Distribuicao_valor		3	1	2	5	-1	-20%	0	0	0	0	0	-	0	1	2	2	2	100%
Exigencia_compradores		6	2	3	9	-3	-33%	1	0	2	3	1	33%	5	0	2	7	-3	-43%
Investimento_branding		3	0	2	5	-1	-20%	0	0	2	2	2	100%	0	0	5	5	5	100%
Justica_distribuicao		3	0	3	6	0	0%	0	0	0	0	0	-	1	0	1	2	0	0%
Outras_certificacoes_diferenciais		0	2	6	6	6	100%	0	0	0	0	0	-	0	2	3	3	3	100%
Premio_preco		4	4	6	10	2	20%	2	1	1	3	-1	-33%	3	2	2	5	-1	-20%
Protecao_marca_produto		2	2	2	4	0	0%	0	0	0	0	0	-	3	0	0	3	-3	-100%
Qualidade_percebida		1	3	13	14	12	86%	1	0	4	5	3	60%	0	1	1	1	1	100%
Reputacao		1	1	14	15	13	87%	0	0	3	3	3	100%	3	0	2	5	-1	-20%

Fonte: Elaborado pelo autor, a partir dos dados extraídos do software *Atlas.ti*.

A análise segmentada por público evidencia que a percepção sobre a Indicação Geográfica não é homogênea ao longo da cadeia, revelando diferentes níveis de apropriação econômica e institucional do instrumento. A leitura cruzada dos indicadores demonstra que os efeitos da IG são apropriados de forma assimétrica entre produtores, compradores e entidades, refletindo diferenças na capacidade de captura de valor, na internalização estratégica e na articulação com o mercado.

Entre os produtores, observa-se predominância de avaliações positivas em dimensões associadas à dinamização econômica e à agregação de valor. Indicadores como diversificação, novos canais, novos mercados e novos negócios apresentam elevada incidência positiva, sugerindo que a IG está associada à ampliação de oportunidades comerciais e à reorganização da atividade produtiva.

A diversificação assume caráter estratégico ao se associar à verticalização produtiva e à produção de derivados de maior valor agregado, funcionando como mecanismo de compensação diante das limitações do prêmio de preço no produto primário. Esse movimento é evidenciado pela ampliação do portfólio de produtos, como destacado pelo Entrevistado 3 ao relatar a presença de “creme, mel de cacau e diferentes tipos de chocolate”, indicando avanço na captura de valor ao longo da cadeia.

Além disso, produtores reconhecem positivamente aspectos relacionados à identidade territorial e ao sistema produtivo, especialmente quando associados a atributos como sustentabilidade. Como destaca o Entrevistado 5, “a comprovação de um produto de sistemas agroflorestais... traz uma identidade muito forte”, evidenciando que o diferencial competitivo percebido não se restringe ao selo da IG, mas se ancora em atributos produtivos concretos. Esse elemento reforça que a valorização econômica está fortemente associada à qualidade e às práticas produtivas, e não exclusivamente à certificação territorial.

Por outro lado, emergem fragilidades relevantes nesse grupo, especialmente em indicadores como volume de produção com IG e consciência sobre a IG. A limitação de escala certificada restringe o acesso a mercados mais estruturados e compromete a consolidação da diferenciação. Como aponta o Entrevistado 7, “para melhorar o acesso a mercados, a gente precisa ter volume”, evidenciando a dependência de expansão produtiva.

Adicionalmente, a baixa internalização estratégica do instrumento se manifesta como barreira, conforme destacado pelo Entrevistado 6: “o produtor precisa entender e querer fazer”, indicando que a adesão ao modelo ainda é heterogênea. Soma-se a isso a percepção de que o esforço produtivo nem sempre é compensado economicamente, como expresso pelo mesmo

entrevistado ao afirmar que “aumento quase o dobro de mão de obra... 20% não compensa”, revelando tensão entre qualidade e retorno financeiro.

Entre os compradores, o padrão apresenta nuances mais restritivas. Ainda que reconheçam positivamente atributos como qualidade e consistência produtiva, observa-se predominância de avaliações negativas nos indicadores disposição a pagar e exigência da IG como critério de compra. Isso indica que o selo não se configura como fator determinante na decisão de aquisição.

Em vez disso, atributos como qualidade sensorial e rastreabilidade assumem maior relevância, como destacado pelo Entrevistado 8 ao afirmar que “qualidade sensorial e rastreabilidade são mais importantes”, relativizando o papel da IG como diferencial competitivo direto. Essa configuração ajuda a explicar a limitação da monetização do selo, uma vez que o mercado responde prioritariamente a atributos tangíveis e verificáveis.

As entidades, por sua vez, apresentam uma leitura mais sistêmica do arranjo. Reconhecem avanços em dimensões como organização coletiva, governança e identidade territorial, indicando fortalecimento institucional e construção de capital territorial. Contudo, também evidenciam fragilidades importantes, especialmente relacionadas à difusão do instrumento e à sua operacionalização.

Como aponta o Entrevistado 3, “10 a 20% dos produtores sabem o que é IG”, revelando baixa capilaridade do conhecimento. Além disso, limitações operacionais, como o fato de que “o rastreamento ainda é muito manual”, indicam desafios estruturais que dificultam a consolidação do sistema. Essas evidências sugerem que, embora haja avanço institucional, a capacidade de transformar esse arranjo em resultado econômico ainda é limitada.

Adicionalmente, a análise dos indicadores classificados como neutros, mas com elevada intensidade de citações, revela a presença de dissensos relevantes entre os diferentes públicos da cadeia. Esses resultados indicam que determinados aspectos da IG não são percebidos de forma homogênea, coexistindo avaliações positivas e negativas entre produtores, compradores e entidades. Esse dissenso é particularmente evidente em temas relacionados à agregação de valor, coordenação da cadeia e estratégias de mercado, nos quais há reconhecimento do potencial da IG, mas também questionamentos quanto à sua efetividade prática.

Entre os produtores, por exemplo, observa-se que, embora haja valorização da diversificação e da identidade territorial, persistem dúvidas quanto à capacidade do selo de gerar retorno econômico consistente. Entre os compradores, o reconhecimento da qualidade convive com a baixa disposição a pagar, indicando desalinhamento entre percepção de valor e

comportamento de mercado. Já entre as entidades, a visão estratégica da IG coexiste com preocupações quanto à sua difusão e operacionalização.

Esses indicadores neutros com alta intensidade não devem ser interpretados como ausência de efeito, mas como evidência de um sistema em processo de consolidação, marcado por heterogeneidade de experiências, diferentes níveis de maturidade e assimetrias na apropriação do instrumento. O dissenso, nesse contexto, revela não apenas divergência de percepções, mas também a coexistência de estágios distintos de desenvolvimento dentro do mesmo sistema territorial.

De forma transversal, indicadores como volume de produção com IG, disposição a pagar, exigência dos compradores e consciência sobre a IG concentram maior densidade de avaliações negativas, revelando que as principais fragilidades não estão na construção reputacional ou na organização territorial, mas na conversão desses ativos em diferencial econômico estruturado e em escala produtiva consistente.

Ao mesmo tempo, indicadores como diversificação, novos canais e aumento da visibilidade apresentam elevada positividade, indicando que a IG exerce papel mais relevante na dinamização do sistema produtivo do que na sua monetização direta.

Em síntese, a análise por público revela um sistema territorial com avanços significativos em termos organizacionais e reputacionais, especialmente reconhecidos por produtores e entidades, mas com limitações na captura de valor econômico direto, sobretudo na percepção dos compradores.

A presença de dissensos, expressos em indicadores neutros com elevada intensidade, reforça que a maturidade do arranjo não é homogênea, sendo marcada por diferentes níveis de apropriação e por lacunas na articulação entre valor simbólico e valor econômico. A maturidade do sistema depende, portanto, da articulação entre fortalecimento da governança, ampliação da escala certificada e desenvolvimento de mecanismos de mercado capazes de associar, de forma consistente, identidade territorial, qualidade e remuneração diferenciada.

4.4 Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômica de mercado das IGs

A análise comparativa entre os territórios de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO) foi conduzida a partir do protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs a partir de entrevistas semiestruturadas, desenvolvido como instrumento para compor o protocolo proposto nesta pesquisa.

O protocolo não se configura como modelo estatístico ou índice numérico, mas como procedimento analítico estruturado, orientado à sistematização e interpretação integrada das

evidências qualitativas obtidas nas entrevistas. Sua função é transformar a matriz de códigos e polaridades em diagnóstico coerente sobre o estágio de ativação econômica da IG.

A lógica do protocolo fundamenta-se em três princípios:

- A ativação dos efeitos econômicos da IG é processo sistêmico e gradual
- Os efeitos econômicos não são binários (existem ou não existem), mas variam em intensidade
- O diagnóstico deve resultar da coerência entre dimensões, e não da simples frequência isolada de menções

4.4.1 Estrutura analítica do protocolo

O protocolo organiza a análise em cinco etapas sequenciais:

a) Consolidação da matriz de códigos por constructo

Inicialmente, os códigos finais obtidos no ATLAS.ti são agrupados segundo os quatro constructos do protocolo: Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território. Essa consolidação permite verificar a densidade temática de cada dimensão e sua aderência ao modelo teórico.

b) Análise de densidade e diversidade temática

Nesta etapa, examina-se a frequência relativa das menções e a variedade de códigos ativados dentro de cada constructo. Não se trata de contagem mecânica, mas de avaliação interpretativa da intensidade discursiva e da amplitude das evidências.

Dimensões com múltiplos códigos recorrentes indicam maior ativação temática. Dimensões com baixa incidência sugerem fragilidade ou estágio inicial.

c) Classificação da polaridade predominante

As menções são analisadas quanto à sua orientação avaliativa:

- Positiva (evidência de efeito econômico)
- Negativa (limitação, ausência ou fragilidade)
- Neutra/ambivalente

A predominância de polaridade positiva consistente indica ativação consolidada. Polaridade ambivalente sugere ativação parcial. Predominância negativa aponta estágio incipiente.

d) Identificação de coerência sistêmica entre dimensões

O protocolo avalia se há encadeamento entre os constructos.

- A internalização produtiva se converte em inserção comercial?
- A inserção comercial se converte em prêmio de preço?
- A agregação de valor se traduz em fortalecimento territorial?

A ausência de conexão entre dimensões indica ativação fragmentada.

e) Enquadramento no estágio de ativação econômica

Com base na integração das quatro etapas anteriores, o território é classificado em um dos seguintes estágios analíticos:

- Estágio incipiente: reconhecimento formal da IG, com ativação limitada dos efeitos econômicos e baixa utilização prática do selo pelos atores.
- Estágio inicial: reconhecimento formal acompanhado de uso crescente do selo, com ativação pontual de efeitos econômicos, ainda restritos a alguns atores ou dimensões específicas.
- Estágio intermediário: ativação parcial dos efeitos econômicos, com resultados segmentados e heterogêneos entre atores e dimensões do sistema.
- Estágio consolidado: coerência sistêmica entre produção, comercialização e agregação de valor, com captura econômica consistente e difusão dos benefícios ao longo da cadeia.

Com base nesse protocolo, procede-se à aplicação comparativa entre Tomé-Açu e Rondônia, buscando identificar:

- Semelhanças estruturais
- Diferenças no padrão de ativação
- Perfil predominante de captura econômica
- Grau de maturidade reputacional e institucional

4.5 Avaliação das IGs de Tomé-Açu e Rondônia Cacau a partir do protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs

A aplicação do protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs, permitiu sistematizar as evidências qualitativas obtidas nas entrevistas e organizar o diagnóstico dos territórios de Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO) segundo critérios estruturados de análise.

O protocolo, conforme descrito no capítulo metodológico, articula cinco etapas sequenciais: consolidação da matriz por constructo, análise de densidade temática, classificação de polaridade predominante, verificação de coerência sistêmica entre dimensões e enquadramento no estágio de ativação econômica.

A aplicação do procedimento revelou que ambos os territórios apresentam evidências de ativação econômica da IG, embora com intensidades, dinâmicas e padrões distintos.

4.5.1 Avaliação da IG de Tomé-Açu

A aplicação do protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs a partir de entrevistas semiestruturadas ao caso de Tomé-Açu permitiu examinar, de

forma estruturada, a intensidade, a direção e a coerência sistêmica dos efeitos econômicos associados ao selo. A análise foi conduzida com base na consolidação da matriz de códigos por constructo, considerando densidade temática, polaridade predominante e articulação entre as dimensões de Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território.

O diagnóstico a seguir não decorre de contagem isolada de menções, mas da interpretação integrada das evidências qualitativas, em consonância com a lógica sistêmica que fundamenta o protocolo proposto. A seguir apresenta-se as avaliações por dimensões.

a) Produção

A matriz de códigos evidencia um padrão de ativação produtiva ainda em estágio inicial, caracterizado por internalização limitada do selo na base produtiva. Observam-se menções ao conhecimento sobre a IG e ao uso incipiente do selo, porém concentradas em determinados atores e produtos. O volume produzido sob IG permanece reduzido em relação à produção total, indicando baixa difusão do instrumento ao longo da cadeia.

Em termos analíticos, a densidade temática é moderada, com participação de diferentes entrevistados, mas sem ampla convergência. A polaridade predominante é positiva moderada, refletindo reconhecimento institucional da IG, ainda que com aplicação prática restrita. A coerência sistêmica é baixa, evidenciada pela limitada articulação entre produção e demanda, o que reforça a classificação desta dimensão como de ativação inicial.

b) Comercialização

Na dimensão de comercialização, observa-se um padrão mais avançado de ativação, com elevada densidade temática e recorrência de evidências relacionadas à diversificação de canais, acesso a nichos especializados e ampliação de mercados. A inserção em segmentos diferenciados apresenta maior estruturação, embora ainda coexistam fluxos orientados pela lógica *commodity*.

A polaridade predominante é positiva com segmentação, indicando que os efeitos econômicos da IG se manifestam de forma mais consistente em mercados especializados, mas não de maneira homogênea. A coerência sistêmica é moderada, especialmente quando articulada à agregação de valor, o que posiciona esta dimensão em estágio de ativação intermediária.

c) Agregação de Valor

A dimensão de agregação de valor apresenta elevada densidade temática, com forte presença de evidências relacionadas ao fortalecimento reputacional, à ampliação da visibilidade e à ocorrência de prêmio de preço em contextos específicos. Esses elementos indicam a consolidação do capital simbólico associado ao território.

A polaridade é positiva com heterogeneidade, refletindo que, embora haja geração de valor, sua captura ocorre de forma desigual entre os atores. A coerência sistêmica é parcial e dependente do segmento de mercado, indicando que a conversão do valor simbólico em valor econômico não se distribui de maneira uniforme. Esse conjunto de evidências caracteriza a dimensão como de ativação intermediária.

d) Território

A dimensão territorial apresenta densidade temática moderada, com evidências relacionadas à identidade produtiva fortalecida, à governança ativa e à continuidade institucional. Esses elementos indicam a existência de uma base organizacional relevante para a sustentação da IG.

A polaridade predominante é positiva moderada, refletindo reconhecimento da estrutura territorial, embora sem plena convergência entre os atores. A coerência sistêmica é baixa no que se refere à capacidade de induzir transformações econômicas estruturais mais amplas, não se observando evidências robustas de dinamização territorial ou atração sistêmica de investimentos. Dessa forma, a dimensão é classificada como de ativação inicial.

Enquadramento

A análise integrada dos quatro constructos, com base na densidade temática, na polaridade predominante e na coerência sistêmica entre dimensões, revela um padrão de ativação heterogêneo. Observa-se maior avanço nas dimensões de comercialização e agregação de valor, ambas classificadas em estágio intermediário, contrastando com níveis iniciais de ativação na produção e no território.

Esse descompasso indica que a ativação econômica da IG ocorre de forma assimétrica ao longo da cadeia, com maior incidência nos segmentos mais próximos do mercado e da captura de valor, e menor difusão na base produtiva e na dinâmica territorial. Tal configuração é compatível com um estágio intermediário de ativação econômica de mercado, no qual já se observam efeitos relevantes, porém ainda não plenamente articulados de forma sistêmica.

4.5.2 Avaliação da IG Rondônia Cacau

A análise do caso da IG Rondônia Cacau segue os mesmos procedimentos metodológicos adotados na seção 4.5.1, baseando-se na aplicação do protocolo de avaliação dos efeitos econômicos de mercado e na consolidação da matriz de códigos a partir das entrevistas realizadas.

A seguir, apresentam-se os resultados por dimensão analítica.

a) Produção

A dimensão produtiva em Rondônia evidencia uma base tecnicamente robusta, com elevada produtividade por hectare e adoção de práticas intensivas, incluindo renovação de lavouras e uso de materiais genéticos mais produtivos. A densidade temática é moderada, com recorrência de evidências associadas à eficiência produtiva e ao desempenho físico como elementos centrais da dinâmica econômica do território.

A polaridade predominante é positiva moderada, refletindo reconhecimento da relevância produtiva e do potencial da IG. Contudo, o uso do selo permanece incipiente e não se distribui de forma homogênea entre os produtores, indicando limitada incorporação do instrumento na dinâmica produtiva. A coerência sistêmica é baixa, especialmente na articulação entre produção e demanda diferenciada, o que posiciona esta dimensão em estágio de ativação inicial

b) Comercialização

Na dimensão de comercialização, observa-se elevada densidade temática, com evidências consistentes relacionadas à ampliação de canais de venda, ao fortalecimento do mercado interno e à atuação de chocolateiros locais, que absorvem parte da produção com identidade territorial valorizada. A presença de transformação local configura um diferencial relevante na dinâmica econômica.

A polaridade predominante é positiva com segmentação, indicando que os efeitos econômicos da IG se manifestam de forma mais consistente em nichos especializados, especialmente no segmento de chocolates artesanais. Entretanto, parcela significativa da produção ainda é direcionada a compradores que operam sob lógica internacional de *commodity*. A coerência sistêmica é moderada, especialmente quando articulada à agregação de valor, posicionando esta dimensão em estágio de ativação intermediária.

c) Agregação de Valor

A dimensão de agregação de valor apresenta elevada densidade temática, com recorrência de evidências relacionadas à qualidade física e sensorial do cacau, à construção de reputação e à valorização associada à origem. A diferenciação emerge tanto a partir do desempenho técnico quanto de uma narrativa territorial em consolidação.

A polaridade é positiva com heterogeneidade, refletindo que a geração de valor ocorre, mas sua captura permanece condicionada ao grau de inserção em mercados diferenciados. O prêmio de preço manifesta-se em contextos específicos, sobretudo quando há transformação local e venda direta ou semidireta. A coerência sistêmica é parcial e dependente do segmento, evidenciando uma distribuição desigual do valor ao longo da cadeia. Esse conjunto posiciona a dimensão em estágio de ativação intermediária.

d) Território

A dimensão territorial apresenta densidade temática moderada, com evidências associadas ao processo de consolidação institucional, à diversidade de origens produtivas e ao esforço de organização em torno da IG. A governança demonstra atuação ativa, ainda que em estágio de amadurecimento.

A polaridade predominante é positiva moderada, refletindo reconhecimento dos avanços institucionais e do potencial territorial. Contudo, a coerência sistêmica é baixa no que se refere à capacidade de promover transformações econômicas estruturais mais amplas, não se identificando evidências robustas de atração sistêmica de investimentos ou de dinamização territorial abrangente. Dessa forma, a dimensão é classificada como de ativação inicial.

Enquadramento

A análise integrada das dimensões, com base na densidade temática, na polaridade predominante e na coerência sistêmica, revela um padrão de ativação heterogêneo. As dimensões de comercialização e agregação de valor apresentam níveis mais avançados, ambas classificadas como de ativação intermediária, enquanto produção e território permanecem em estágio inicial.

Esse arranjo indica que a ativação econômica da IG em Rondônia se concentra nos segmentos mais próximos do mercado e da captura de valor, sustentada por nichos diferenciados e pela transformação local. Por outro lado, a limitada incorporação do selo na base produtiva e a baixa capacidade de indução territorial restringem a consolidação sistêmica dos efeitos econômicos.

Nesse sentido, o território posiciona-se em estágio intermediário de ativação econômica de mercado, caracterizado pela presença de encadeamentos funcionais entre produção qualificada, inserção em nichos e agregação de valor em segmentos específicos, ainda que coexistindo com fluxos predominantes orientados pela lógica de *commodity*.

4.6 Análise integrada dos resultados

Em atendimento ao segundo objetivo específico desta pesquisa, procedeu-se à análise integrada dos efeitos econômicos de mercado associados às Indicações Geográficas do cacau nos territórios de Tomé-Açu e Rondônia.

A análise articula criticamente as evidências provenientes da revisão bibliográfica, dos dados secundários nacionais e territoriais e das entrevistas realizadas, examinando como os efeitos se manifestam nas dimensões de Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território, à luz dos referenciais teóricos adotados e do protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs.

A interpretação considerou três critérios analíticos complementares: a densidade temática das evidências, a polaridade predominante das manifestações e o grau de coerência sistêmica entre as dimensões do modelo. Essa abordagem permitiu compreender não apenas a presença dos efeitos, mas também seu nível de consolidação, sua articulação estrutural e sua consistência territorial.

Com o objetivo de sintetizar os principais resultados da análise integrada e facilitar a visualização comparativa entre as dimensões investigadas, apresenta-se o quadro-síntese a seguir. O quadro consolida os achados segundo os critérios analíticos do protocolo, permitindo identificar padrões de ativação econômica e assimetrias estruturais entre os constructos.

Quadro 9 - Classificação do estágio dos efeitos econômicos de mercado das IGs do cacau na Amazônia

Dimensão	Densidade Temática	Polaridade Predominante	Principais Evidências	Coerência Sistêmica	Estágio de Ativação
Produção	Moderada	Positiva moderada	Baixo conhecimento sobre a IG; uso incipiente do selo; volume reduzido; formalização inicial	Baixa coesão com demanda	Ativação inicial
Comercialização	Elevada	Positiva com segmentação	Diversificação de canais; acesso a nichos especializados; dependência parcial da lógica <i>commodity</i>	Moderada, com agregação de valor	Ativação intermediária
Agregação de Valor	Elevada	Positiva com heterogeneidade	Fortalecimento reputacional; prêmio de preço visibilidade ampliada; distribuição desigual de ganhos	Parcial, dependente do segmento	Ativação intermediária
Território	Moderada	Positiva moderada	Identidade produtiva fortalecida; governança ativa; continuidade familiar; visibilidade institucional	Baixa, sem transformação territorial ampla	Ativação inicial

Fonte: Elaborado pelo autor com base na análise das entrevistas, dados secundários e revisão bibliográfica de literatura (2026).

O quadro-síntese evidencia que os efeitos econômicos das Indicações Geográficas não se distribuem de forma homogênea entre as dimensões analisadas. Observa-se maior densidade e ativação nas dimensões Comercialização e Agregação de Valor, enquanto Produção e Território apresentam internalização mais gradual e articulação ainda parcial com os demais constructos. Essa assimetria confirma que a IG atua como instrumento potencializador cuja

efetividade depende da convergência entre organização produtiva, estratégia mercadológica e maturidade institucional.

A partir dessa visão consolidada, procede-se, na sequência, à apresentação detalhada das avaliações por constructo. Cada dimensão será analisada individualmente, examinando-se suas evidências empíricas, suas convergências com a literatura e seu enquadramento no protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs, de modo a aprofundar a compreensão das dinâmicas específicas observadas em Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território.

4.6.1 Produção

Conforme sintetizado no quadro analítico, a dimensão Produção apresenta densidade temática moderada, porém com polaridade positiva moderada e ativação inicial. A análise das entrevistas, dados secundários e referencial teórico indica que os efeitos econômicos da IG no plano produtivo ainda são limitados e marcados por baixo nível de internalização do instrumento.

As entrevistas revelam conhecimento restrito sobre a Indicação Geográfica entre parte dos produtores e uso incipiente do selo na comercialização efetiva. Embora os dirigentes associativos demonstrem compreensão estratégica do instrumento, sua difusão na base produtiva mostra-se heterogênea. O caderno de especificações é conhecido de forma desigual, e o volume produzido sob certificação representa parcela reduzida da produção total nos territórios analisados.

Esse achado é relevante porque desloca a análise do plano normativo para o plano operacional. A existência formal da IG não implica sua internalização prática. Conforme argumenta Farina (1999), mecanismos institucionais somente produzem efeitos econômicos quando incorporados às rotinas produtivas e às estruturas de governança. No caso analisado, a coordenação produtiva ainda não atingiu grau suficiente para que o selo se converta em padrão predominante de comercialização.

Os dados secundários do IBGE e da CEPLAC reforçam essa interpretação. A expansão do volume de produção de cacau na Amazônia precede o reconhecimento formal das IGs e está associada a fatores estruturais como adoção de sistemas agroflorestais, melhoria genética e reorganização técnica da cadeia. Não se observa inflexão estatisticamente identificável vinculada ao momento do registro da IG, o que indica ausência de efeito direto sobre a escala produtiva.

Sob a perspectiva da cadeia produtiva, conforme Batalha (2001), mudanças institucionais demandam articulação sistêmica entre os elos para produzir efeitos estruturais. A

baixa internalização do selo limita a coerência sistêmica da dimensão Produção, que permanece parcialmente dissociada das estratégias de Comercialização e Agregação de Valor.

À luz da tipologia da FAO (2018), os efeitos identificados são predominantemente de primeira ordem e ainda incipientes, concentrando-se na formalização institucional e na construção inicial de governança. Não se observam evidências consistentes de efeitos de segunda ordem no plano produtivo, como expansão estruturada da base certificada ou reconfiguração ampla da capacidade instalada.

Assim, a Produção encontra-se em estágio de ativação inicial, caracterizado por baixo conhecimento difuso sobre a IG, uso incipiente do selo e limitada conversão do reconhecimento formal em mudança produtiva sistêmica. A consolidação dessa dimensão dependerá do aprofundamento da governança coletiva, da ampliação da capacitação técnica e da articulação mais consistente com as estratégias de mercado capazes de gerar incentivo econômico direto à certificação.

4.6.2 Comercialização

A dimensão Comercialização apresenta elevada densidade temática e polaridade predominantemente positiva, configurando-se como a dimensão mais recorrente nas evidências qualitativas. A frequência de menções nas entrevistas e a diversidade de atores que relataram mudanças na dinâmica de vendas indicam que a inserção mercadológica constitui a face mais perceptível dos efeitos econômicos associados à Indicação Geográfica.

A análise dos dados primários revela três movimentos principais: ampliação dos canais de comercialização, maior protagonismo de cooperativas e associações na articulação de vendas e aproximação com compradores que valorizam atributos como qualidade sensorial, rastreabilidade e origem territorial. Observa-se participação em feiras e rodadas de negócios, além de relatos de acesso a nichos especializados, como o segmento *bean-to-bar*. Esses elementos indicam reorganização comercial relevante no plano relacional.

Entretanto, é importante destacar que tais evidências derivam predominantemente dos relatos dos entrevistados. Os dados secundários disponíveis não permitem mensurar, de forma objetiva, a variação no volume comercializado sob IG nem quantificar expansão estruturada de mercado atribuível diretamente à certificação. Assim, a análise deve ser interpretada como indicativa de mudança qualitativa na dinâmica comercial, e não como comprovação estatística de crescimento consolidado.

Do ponto de vista teórico, a literatura examinada na revisão bibliográfica sustenta que regimes formais de qualidade podem ampliar acesso a mercados diferenciados quando reconhecidos como críveis e apoiados por mecanismos consistentes de controle e comunicação

(Monier-Dilhan *et al.*, 2011). Nos territórios analisados, a IG parece operar como sinal distintivo em nichos específicos, facilitando negociações e reforçando a legitimidade da origem como atributo comercial. Essa dinâmica confirma parcialmente a proposição de que os efeitos iniciais da certificação tendem a manifestar-se na esfera mercadológica.

Todavia, a coerência sistêmica da dimensão Comercialização é parcial e segmentada. Parte da produção permanece inserida na lógica *commodity*, com preços fortemente condicionados às referências internacionais. O comportamento recente do mercado internacional do cacau, conforme citado pelos entrevistados, demonstra que oscilações globais exercem influência determinante sobre a renda do produtor, independentemente da certificação. Isso evidencia que a IG ainda não alterou estruturalmente a dependência da cadeia em relação às cotações internacionais.

Observa-se também movimento incipiente de transformação local da amêndoa em chocolates e derivados. Embora relatado por alguns entrevistados, trata-se de iniciativas pontuais, ainda não configuradas como estratégia territorial amplamente estruturada. Nesse sentido, a articulação entre Comercialização e Agregação de Valor mostra-se promissora, porém restrita a determinados atores com maior capacidade organizacional.

À luz da tipologia da FAO (2018), identificam-se efeitos de primeira ordem associados à ampliação de oportunidades de inserção mercadológica diferenciada. Há indícios qualitativos de efeitos de segunda ordem, relacionados à reorganização das relações comerciais e ao fortalecimento da coordenação entre produtores e compradores especializados. Contudo, não se observam evidências robustas de efeitos estruturais de maior profundidade.

Assim, a Comercialização encontra-se em estágio de ativação intermediária, com dinamismo perceptível nas relações de mercado, porém ainda dependente de nichos específicos e fortemente condicionada pela dinâmica internacional de preços. A consolidação dessa dimensão como vetor estruturante de transformação econômica exigirá ampliação da base produtiva certificada, fortalecimento da governança comercial e maior internalização estratégica da diferenciação territorial.

4.6.3 Agregação de valor

A valorização associada à origem territorial constitui um dos eixos mais sensíveis na avaliação dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas. Nos territórios analisados, a agregação de valor manifesta-se sobretudo na dimensão reputacional, articulando qualidade percebida, identidade territorial e diferenciação simbólica no mercado.

Os relatos colhidos nas entrevistas indicam fortalecimento consistente da imagem do cacau vinculado à origem certificada. A menção explícita à procedência territorial passou a

integrar as narrativas comerciais, sendo associada à qualidade sensorial, à rastreabilidade e à organização produtiva. Essa dinâmica converge com a noção de valor percebido formulada por Kotler e Keller (2012), segundo a qual a decisão de compra decorre da avaliação integrada de atributos funcionais e simbólicos. No contexto analisado, a IG adiciona densidade simbólica à qualidade técnica já existente, ampliando o repertório de diferenciação.

Entretanto, é necessário distinguir entre ativação reputacional e materialização econômica estruturada. As evidências relativas ao fortalecimento da reputação decorrem majoritariamente dos relatos dos entrevistados e da observação de maior presença institucional em feiras e eventos especializados. Não há base estatística consolidada que permita mensurar variações agregadas de prêmio médio de preço ao longo do tempo nem comprovar diferencial sistemático entre produto certificado e não certificado. Assim, a análise aponta consolidação simbólica robusta, mas captura econômica heterogênea.

O prêmio de preço é mencionado de forma recorrente, especialmente em nichos especializados nos quais a origem opera como sinal distintivo. Contudo, os relatos indicam que esse diferencial depende fortemente do canal de comercialização e do perfil do comprador. Em transações mais próximas da lógica *commodity*, o atributo territorial tende a exercer influência limitada sobre a formação de preço. Essa evidência dialoga com Menapace e Moschini (2024), ao indicar que a disposição a pagar depende da credibilidade institucional do sistema e da consistência das regras coletivas que sustentam a certificação.

A literatura sobre IGs sustenta que a conversão da reputação territorial em valor econômico exige governança estruturada e coordenação coletiva (Barjolle; Sylvander, 2002; Vandecandelaere *et al.*, 2010). Nos territórios analisados, observa-se fortalecimento reputacional, mas a distribuição do valor adicional ao longo da cadeia permanece desigual. Parte dos entrevistados relata abertura de mercados e maior visibilidade, mas nem todos indicam incremento proporcional de renda. Esse padrão sugere que a agregação de valor não se converte automaticamente em redistribuição homogênea, permanecendo condicionada ao poder de negociação e à posição ocupada na cadeia produtiva.

Outro elemento relevante refere-se à estratégia de acumulação reputacional por meio da articulação com certificações complementares e premiações especializadas. Essas iniciativas ampliam a legitimidade do produto, mas não são universalizadas e dependem de capacidade organizacional diferenciada. Isso reforça que a agregação de valor está em curso, porém ainda não configura transformação sistêmica da estrutura econômica territorial.

À luz da tipologia da FAO (2018), identificam-se efeitos de primeira ordem consolidados na diferenciação reputacional e na ampliação de oportunidades em nichos

especializados. Há indícios qualitativos de efeitos de segunda ordem relacionados ao fortalecimento organizacional e à consolidação de estratégias coletivas de promoção. Não se observam evidências robustas de efeitos de terceira ordem, como redistribuição estrutural consistente de valor ou reconfiguração ampla da cadeia.

Em termos sintéticos, a agregação de valor apresenta elevada densidade temática, polaridade positiva e coerência sistêmica parcial. A ativação é intermediária, robusta no plano simbólico e segmentada na materialização econômica. A consolidação dessa dimensão como vetor estruturante dependerá do aprofundamento da governança coletiva e da capacidade de transformar reputação em captura distributiva consistente ao longo da cadeia produtiva.

4.6.4 Território

A análise dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas revela que o território não opera apenas como delimitação geográfica formal, mas como estrutura social e institucional que condiciona a própria capacidade de ativação econômica do instrumento. Nos casos analisados, a dimensão territorial manifesta-se como base organizacional e identitária que sustenta, mas também limita, os desdobramentos econômicos da certificação.

As entrevistas evidenciam que os territórios estudados são marcados por forte presença de fluxos migratórios. A maior parte dos entrevistados não é originária da região ou possui ascendência vinculada a outros estados ou países, como Japão, Paraná, Espírito Santo e São Paulo. Esse dado empírico reforça a leitura de Raffestin (1993) e Santos (1996), segundo a qual o território constitui construção social resultante de relações históricas, econômicas e culturais, e não mero espaço físico delimitado.

Essa configuração dialoga diretamente com a interpretação de Becker (2005) sobre a Amazônia como território permanentemente reorganizado por dinâmicas de expansão econômica e migração. Os dados secundários do IBGE e informações históricas da CEPLAC confirmam que a consolidação da cacauicultura em parte dos territórios analisados é relativamente recente, especialmente em Rondônia, estando associada à reorganização produtiva regional nas últimas décadas. Assim, a identidade territorial vinculada ao cacau é resultado de processo histórico em construção, e não de tradição secular consolidada.

No plano organizacional, as entrevistas indicam reconhecimento de que a IG fortaleceu a identidade territorial e ampliou a visibilidade institucional do produto. Entretanto, essa valorização simbólica não se traduz automaticamente em redistribuição estruturada de valor ou em transformação econômica territorial ampla. A literatura sobre IGs sustenta que a valorização econômica associada à origem depende de densidade organizacional e coordenação coletiva

(Barjolle; Sylvander, 2002; Tregear *et al.*, 2007). Nos territórios analisados, essa densidade mostra-se presente, mas ainda em consolidação.

A análise das conexões codificadas indica que governança e organização coletiva aparecem de forma recorrente, porém com intensidade inferior às dimensões de Comercialização e Agregação de Valor. Esse padrão sugere que o território opera como base reputacional e institucional, mas ainda não se consolidou como vetor autônomo de transformação estrutural. A coerência sistêmica é, portanto, limitada: a identidade territorial fortalecida não se converte automaticamente em ampliação consistente de renda, atração estruturada de investimentos ou reconfiguração econômica abrangente.

Os relatos sobre sucessão familiar acrescentam elemento relevante à análise. A presença de segunda geração na atividade cacaueteira indica enraizamento produtivo e continuidade empresarial. Contudo, os entrevistados não associam diretamente a permanência intergeracional ao reconhecimento formal da IG. A decisão de continuidade parece estar mais relacionada às condições estruturais da cadeia, ao contexto econômico regional e à viabilidade produtiva do que ao selo em si.

Quanto à expansão produtiva e à atração de investimentos, os relatos indicam percepção de maior visibilidade institucional, mas não há evidências objetivas de reconfiguração territorial ampla atribuível exclusivamente à certificação. Esse padrão é consistente com a literatura que indica que, na ausência de estratégias coordenadas e maturidade institucional consolidada, os efeitos das IGs tendem a concentrar-se inicialmente no plano reputacional (Radhika; Thomas; Raju, 2021).

À luz da tipologia da FAO (2018), predominam efeitos de primeira ordem, associados ao fortalecimento identitário e organizacional. Há indícios de efeitos de segunda ordem, especialmente no fortalecimento institucional e na articulação coletiva. Não se observam evidências de efeitos de terceira ordem, como transformação estrutural sistêmica ou redistribuição territorial ampla de valor.

Em termos sintéticos, a dimensão Territorial apresenta densidade temática moderada, polaridade positiva moderada e coerência sistêmica baixa. O estágio de ativação econômica é inicial, caracterizado por fortalecimento identitário e institucional sem transformação econômica estrutural ampla. O território confirma-se como condição necessária para a ativação da IG, mas sua capacidade de produzir efeitos estruturais dependerá do aprofundamento da governança, da coordenação estratégica continuada e da integração mais consistente com Produção, Comercialização e Agregação de Valor.

4.6.5 Síntese dos resultados da análise integrada

A análise integrada das quatro dimensões evidencia variações na densidade temática, na polaridade predominante e na coerência sistêmica dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas nos territórios de Tomé-Açu e Rondônia, permitindo identificar padrões diferenciados de manifestação, distribuição e articulação desses efeitos ao longo da cadeia de valor.

A articulação entre entrevistas, dados secundários e referencial teórico permite afirmar que a IG atua como um instrumento potencializador de dinâmicas já existentes, mas sua capacidade transformadora depende de fatores estruturais, como o grau de internalização produtiva, a densidade da coordenação coletiva e a inserção em mercados capazes de reconhecer e remunerar atributos territoriais.

Mais do que um mecanismo indutor autônomo, a IG opera como um catalisador cuja efetividade está diretamente associada à capacidade do sistema territorial de articular suas dimensões produtivas, mercadológicas e institucionais. Nesse sentido, os efeitos observados não se distribuem de forma homogênea, sendo marcados por variações entre territórios, entre elos da cadeia e entre níveis de maturidade dos atores, o que reforça o caráter sistêmico e relacional do fenômeno.

Na dimensão Produção, observa-se um estágio inicial de ativação, caracterizado por baixa internalização do instrumento e uso ainda incipiente do selo. O conhecimento sobre a IG apresenta distribuição desigual entre os produtores, evidenciando limitações na difusão e na apropriação estratégica do instrumento. Os dados secundários do IBGE e da CEPLAC indicam que a expansão da cacauicultura nos territórios analisados antecede o registro da IG, sugerindo que o selo não atua como vetor direto de crescimento produtivo, mas como mecanismo de ordenamento institucional e qualificação técnica. Esse padrão é consistente com a literatura de sistemas agroindustriais, que aponta que mudanças institucionais tendem a produzir efeitos graduais, cumulativos e dependentes de coordenação entre os agentes (Farina, 1999; Batalha, 2001). Além disso, a presença de indicadores com polaridade neutra e elevada intensidade nessa dimensão sugere um cenário de transição, no qual coexistem experiências de adoção avançada com práticas ainda distantes dos padrões da certificação.

Na dimensão Comercialização, os efeitos apresentam maior dinamismo e evidenciam estágio intermediário de ativação. Observa-se diversificação de canais, aproximação com nichos especializados e fortalecimento do papel de cooperativas e associações na mediação de mercados. Esses elementos indicam avanço na construção de estratégias de diferenciação e acesso a mercados de maior valor agregado. No entanto, a persistência da lógica de commodity, associada à forte influência das cotações internacionais, evidencia que a diferenciação territorial

ainda não foi capaz de alterar estruturalmente a dependência da cadeia em relação ao mercado global. Adicionalmente, a presença de dissensos entre os atores, especialmente quanto à efetividade da IG como critério de compra, indica que a comercialização diferenciada ainda se encontra segmentada, operando de forma mais consolidada em nichos específicos do que como padrão sistêmico da cadeia.

Na dimensão Agregação de Valor, observa-se elevada robustez no plano simbólico e reputacional, com ampliação da visibilidade territorial e fortalecimento da identidade associada à origem. A IG contribui para a construção de narrativas de diferenciação baseadas em autenticidade, qualidade e vínculo territorial, ampliando o valor percebido pelos mercados, conforme discutido por Kotler e Keller (2012). Contudo, a captura econômica desse diferencial permanece heterogênea e seletiva, variando conforme o posicionamento dos atores na cadeia, seu grau de integração vertical e sua capacidade de negociação. A ausência de evidências consistentes de prêmio de preço estruturado, bem como a presença de avaliações divergentes entre produtores e compradores, indicam que a ativação simbólica não se traduz automaticamente em valor econômico capturado. Esse descompasso entre valor percebido e valor apropriado constitui um dos principais pontos de tensão identificados na análise.

A dimensão Territorial emerge como variável mediadora e condicionante dos efeitos observados, articulando as demais dimensões e influenciando sua capacidade de ativação econômica. A trajetória histórica dos territórios, marcada por fluxos migratórios, formação de sistemas agroflorestais e processos de organização coletiva, evidencia uma construção territorial dinâmica, em consonância com as abordagens de Raffestin (1993), Santos (1996) e Becker (2005). O território, nesse contexto, não apenas sustenta a diferenciação, mas condiciona sua efetividade, ao influenciar fatores como governança, identidade coletiva, densidade institucional e capacidade de coordenação. Entretanto, a análise não identifica evidências de transformação estrutural ampla ou redistribuição sistêmica de valor atribuível exclusivamente à IG, indicando que o território ainda opera mais como base de suporte do que como vetor autônomo de desenvolvimento estruturante.

À luz da tipologia proposta pela FAO (2018), observa-se predominância de efeitos de primeira ordem, especialmente associados à diferenciação reputacional, à valorização simbólica da origem e à reorganização comercial em nichos específicos. Identificam-se também indícios de efeitos de segunda ordem, relacionados ao fortalecimento organizacional, à ampliação da coordenação coletiva e à maior articulação entre os atores da cadeia. Contudo, não se observam evidências robustas de efeitos de terceira ordem, como reconfiguração estrutural da economia

territorial, redistribuição significativa de renda ou transformação sistêmica dos padrões de desenvolvimento local.

A presença de dissensos, evidenciada por indicadores neutros com elevada intensidade, reforça a interpretação de que o processo de ativação econômica da IG ainda se encontra em fase de consolidação. Esses dissensos refletem não apenas divergências de percepção entre os atores, mas também a coexistência de diferentes estágios de maturidade dentro do mesmo sistema, indicando que a IG é apropriada de forma desigual ao longo da cadeia e entre os territórios.

A síntese dos resultados indica que a IG já opera como instrumento relevante de qualificação organizacional e diferenciação mercadológica, mas sua consolidação como estratégia de desenvolvimento territorial estruturante dependerá de condições adicionais. Entre elas, destacam-se a ampliação da internalização produtiva do selo, o fortalecimento contínuo da governança coletiva e a inserção sustentável em mercados capazes de reconhecer e remunerar atributos territoriais de forma consistente.

O registro formal da IG constitui, portanto, condição necessária, mas não suficiente. A geração de efeitos econômicos estruturais e duradouros exige coordenação estratégica contínua, maturidade institucional e integração sistêmica entre Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território, de modo a transformar o potencial simbólico da origem em vantagem competitiva efetivamente capturada pelos atores locais.

5 PRODUTO TÉCNICO/TECNOLÓGICO

O produto técnico-tecnológico resultante desta dissertação consiste na elaboração de um protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das Indicações Geográficas, estruturado como instrumento metodológico aplicado à análise qualitativa da ativação econômica territorial associada ao registro e à gestão dessas certificações.

Trata-se de um artefato metodológico tangível, materializado em um modelo analítico estruturado, acompanhado de protocolo operacional claro, representado graficamente e descrito em etapas sequenciais que orientam a coleta, organização, interpretação e classificação das evidências empíricas. O protocolo sistematiza um conjunto de dimensões analíticas, Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território, integradas por um processo estruturado de análise que culmina na classificação do grau de maturidade da IG em relação aos seus efeitos econômicos de mercado.

O modelo foi concebido a partir da articulação entre referenciais consolidados da literatura sobre Indicações Geográficas e os achados empíricos obtidos nos estudos de caso realizados. Essa integração permitiu transformar constructos teóricos amplamente discutidos em categorias operacionais aplicáveis, organizadas em seis etapas encadeadas: 1) adequação das dimensões de análise; 2) realização das entrevistas; 3) codificação das transcrições; 4) análise de densidade temática e classificação da polaridade das manifestações; 5) análise dos dados da coerência sistêmica; e, por fim, 6) classificação do estágio de ativação econômica da indicação geográfica.

O diferencial do produto reside na capacidade de converter fundamentos teóricos dispersos em um instrumento estruturado de diagnóstico qualitativo. Em vez de restringir a avaliação a indicadores isolados, como prêmio de preço ou volume de produção certificada, o protocolo propõe leitura sistêmica e relacional dos efeitos econômicos, reconhecendo que a ativação da IG depende da articulação entre base produtiva, inserção mercadológica, captura de valor e governança territorial.

A aplicação empírica do modelo nos territórios analisados demonstrou sua viabilidade operacional e sua capacidade de produzir diagnóstico consistente e comparável. O uso do protocolo permitiu organizar evidências qualitativas de forma estruturada, identificar convergências e dissonâncias entre dimensões e explicitar o estágio de maturidade econômica das IGs estudadas. A classificação tipológica proposta, variando de ativação incipiente a ativação consolidada, possibilita não apenas descrever a situação observada, mas orientar estratégias de aprimoramento.

O protocolo apresenta caráter replicável e adaptável. Sua estrutura modular permite aplicação em diferentes cadeias produtivas e contextos territoriais, desde que respeitadas as especificidades locais. Ao mesmo tempo, a metodologia exige articulação entre múltiplos atores, coleta de evidências qualificadas e análise interpretativa estruturada, o que confere robustez ao diagnóstico produzido. Essa combinação de rigor conceitual e aplicabilidade prática amplia seu potencial de utilização por associações gestoras de IG, instituições públicas de fomento, organizações de apoio e pesquisadores interessados em avaliar resultados econômicos de certificações territoriais.

Ao propor um modelo que distingue entre registro formal e ativação econômica efetiva, o produto contribui para qualificar o debate sobre políticas públicas voltadas às Indicações Geográficas. O protocolo permite evidenciar que a mera concessão do registro não garante geração automática de valor, sendo necessária coordenação contínua, governança ativa e inserção estratégica em mercados capazes de reconhecer e remunerar atributos territoriais.

Assim, o produto técnico-tecnológico desenvolvido não se limita a representar síntese teórica, mas configura instrumento aplicado de diagnóstico e apoio à decisão, com potencial de contribuir para o aprimoramento da gestão das Indicações Geográficas e para o fortalecimento de estratégias de desenvolvimento territorial baseadas na diferenciação de origem.

5.1 Construção do modelo

A construção do protocolo seguiu dinâmica iterativa em três movimentos principais, sendo que, no primeiro movimento, foi estruturada matriz teórica preliminar, alinhada aos referenciais conceituais e organizada em dimensões analíticas.

No segundo movimento, a matriz foi submetida à aplicação empírica por meio de quatro roteiros de entrevista direcionados a diferentes atores da cadeia produtiva, contemplando produtores, cooperativas, associações e compradores. Essa aplicação permitiu testar a pertinência dos indicadores sob múltiplas perspectivas estruturais.

No terceiro movimento, as entrevistas foram analisadas no ATLAS.ti por meio de codificação estruturada alinhada aos constructos definidos. A análise qualitativa possibilitou verificar aderência conceitual, identificar convergências e avaliar a coerência interna da matriz.

A partir desse ciclo de aplicação e análise, a matriz inicial foi revisitada e ajustada. Indicadores foram reorganizados, redefinidos ou consolidados, e a arquitetura do modelo foi refinada para refletir de maneira mais precisa a dinâmica sistêmica observada. Esse processo de retroalimentação entre teoria e evidência caracteriza o caráter iterativo da construção.

O resultado final não representa mera reorganização de variáveis, mas consolidação de estrutura analítica que preserva a lógica sistêmica da FAO, incorpora organização metodológica

inspirada na Embrapa e mantém a perspectiva estratégica de mercado enfatizada pelo Sebrae. O protocolo assume, assim, caráter avaliativo estruturado, permitindo mensurar o grau de ativação econômica da IG ao longo da cadeia produtiva e no território.

5.2 Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das indicações geográficas

O protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das Indicações Geográficas proposto estrutura-se em três dimensões analíticas de efeitos econômicos, interdependentes entre si, Produção, Comercialização e Agregação de Valor, além da dimensão Território, que atua como mediadora desse sistema.

A arquitetura conceitual do modelo parte da premissa de que a IG não produz efeitos econômicos de forma automática ou isolada. Seus resultados decorrem da articulação sistêmica entre internalização produtiva, inserção mercadológica diferenciada, conversão do capital reputacional em valor econômico capturado e sustentação institucional territorial. Assim, a ativação econômica da IG é compreendida como processo dinâmico, cumulativo e condicionado pela coerência entre essas dimensões.

O modelo, portanto, não se limita a identificar a existência formal do instrumento, mas busca avaliar o grau de alinhamento estrutural entre os elos produtivos, as estratégias de mercado e a capacidade de governança territorial, elementos que, conjuntamente, determinam a intensidade e a sustentabilidade dos efeitos econômicos observados.

Figura 7 – Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das indicações geográficas



Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

A Figura 7 apresenta a arquitetura relacional que fundamenta o protocolo proposto, explicitando a lógica sistêmica, encadeada e interdependente dos constructos que estruturam a análise. A representação evidencia que os efeitos econômicos das Indicações Geográficas não decorrem de um evento pontual associado ao registro formal, mas de um processo dinâmico de ativação, no qual diferentes dimensões interagem de forma contínua e cumulativa ao longo da cadeia produtiva.

Na porção superior da estrutura, a Indicação Geográfica figura como elemento institucional originador, responsável por estabelecer o arcabouço normativo e simbólico que define padrões produtivos, delimitação territorial, critérios de uso coletivo e mecanismos de diferenciação. Entretanto, o modelo parte da premissa de que o registro, isoladamente, não gera efeitos econômicos automáticos. Trata-se de uma condição habilitadora que cria potencial de diferenciação, cuja efetivação depende da capacidade de ativação ao longo das demais dimensões do sistema.

O território ocupa posição transversal e estruturante, operando como variável mediadora dos efeitos econômicos. Elementos como governança ativa, organização coletiva, capital social e identidade territorial condicionam a intensidade, a direção e a sustentabilidade dos resultados. Essa dimensão não apenas sustenta o sistema, mas também articula as demais, influenciando a

capacidade de coordenação entre os atores, o grau de adesão às normas produtivas e a construção de reputação coletiva. Nesse sentido, o território atua como base institucional e relacional que viabiliza a conversão do potencial da IG em resultados econômicos efetivos.

A dinâmica operacional do modelo inicia-se na dimensão Produção, onde ocorre a internalização do instrumento na base produtiva. A adoção de práticas conformes às normas da IG, aliada à qualificação técnica e organizacional, habilita o produto a ingressar em circuitos diferenciados de mercado. A ausência de adesão efetiva dos produtores compromete a ativação do sistema, limitando a IG a uma condição formal sem repercussão econômica substantiva.

A dimensão Comercialização representa o momento de conversão mercadológica. A inserção em canais diferenciados, a diversificação de mercados e a construção de estratégias comerciais específicas traduzem a ativação produtiva em circulação econômica concreta. Nesse estágio, a IG deixa de operar exclusivamente como instrumento normativo e passa a assumir papel de ativo estratégico, contribuindo para o posicionamento competitivo e a ampliação do acesso a mercados de maior valor agregado. Contudo, essa conversão depende do reconhecimento, por parte dos compradores, dos atributos associados à origem, o que nem sempre ocorre de forma homogênea.

Na dimensão Agregação de Valor ocorre a consolidação econômica do processo. A reputação territorial, a qualidade percebida e a construção simbólica da origem permitem a captura de valor por meio de diferentes mecanismos, como prêmio de preço, aumento de margens, diferenciação competitiva e acesso a nichos específicos. Essa etapa representa a materialização econômica do capital simbólico construído coletivamente, embora sua efetividade varie conforme o posicionamento dos atores na cadeia e sua capacidade de negociação.

O modelo explicita, ainda, a existência de retroalimentação sistêmica. A captura de valor tende a reforçar incentivos à adesão produtiva, estimular investimentos em qualidade, fortalecer a organização coletiva e ampliar a capacidade de coordenação territorial. Esse mecanismo evidencia que o processo de ativação econômica da IG não é linear, mas circular, cumulativo e dependente de trajetórias, podendo evoluir para níveis mais avançados de consolidação ao longo do tempo.

Adicionalmente, a estrutura proposta permite compreender a presença de assimetrias e dissensos no processo de ativação. A existência de resultados heterogêneos entre dimensões, territórios e atores indica que a IG é apropriada de forma desigual, refletindo diferenças na capacidade de internalização, acesso a mercados e articulação institucional. Dessa forma, a ausência ou fragilidade em qualquer uma das dimensões compromete não apenas a intensidade,

mas também a estabilidade dos efeitos econômicos, reforçando o caráter sistêmico e interdependente do modelo.

A arquitetura representada evidencia, portanto, que a geração de efeitos econômicos depende do alinhamento entre ativação produtiva, inserção mercadológica diferenciada e conversão reputacional em valor capturado, sob sustentação institucional e territorial. A IG atua como elemento estruturador desse processo, mas sua efetividade está condicionada à integração entre as dimensões e à capacidade do território de coordenar e sustentar essa dinâmica.

Na sequência, apresenta-se o detalhamento dos indicadores que operacionalizam cada dimensão do modelo, permitindo sua aplicação empírica e avaliação sistemática em diferentes contextos territoriais.

Indicadores

a) Produção

A dimensão Produção avalia o grau de internalização do instrumento na base produtiva. Não se trata apenas de mensurar escala, mas de identificar em que medida a IG foi incorporada como elemento estruturante da atividade econômica.

- **Quantidade de produtores** representa a dimensão potencial da base produtiva habilitada. Esse indicador permite avaliar escala territorial e capacidade de oferta.
- **Tamanhos dos estabelecimentos** permite compreender a estrutura fundiária e a heterogeneidade produtiva, elemento relevante para análise de coordenação coletiva e capacidade de investimento.
- **Produtores cientes da IG** mensura o nível de conhecimento institucional do instrumento, funcionando como indicador de internalização conceitual.
- **Produtores que utilizam o selo** avalia adesão efetiva ao sistema de registro. Esse indicador diferencia reconhecimento formal de ativação prática.
- **Volume total produzido** fornece dimensão econômica geral da atividade, permitindo contextualizar a relevância relativa da IG.
- **Volume produzido com IG** identifica o peso do selo dentro da produção total, sendo fundamental para mensurar a penetração do instrumento.
- **Custos de adequação e manutenção** capturam o esforço necessário para conformidade técnica, permitindo avaliar barreiras de entrada e sustentabilidade do sistema.

- **Taxa de ativação produtiva**, calculada pela razão entre produtores que utilizam o selo e produtores associados com direito ao uso, constitui indicador sintético central do constructo. Ela mensura grau real de ativação da IG na base produtiva habilitada.

b) Comercialização

A dimensão Comercialização analisa a conversão da IG em inserção mercadológica diferenciada e intensidade de fluxos econômicos certificados.

- **Novos produtos** indicam diversificação de portfólio associada à IG, refletindo inovação e ampliação de oferta.
- **Novos mercados** capturam expansão geográfica ou segmentação comercial, sinalizando inserção além dos mercados tradicionais.
- **Novos canais de comercialização** medem diversificação dos meios de venda, como vendas diretas, plataformas digitais ou feiras especializadas.
- **Novos negócios** avaliam surgimento de empreendimentos vinculados à IG, indicando dinamização econômica local.
- **Relação comercial entre os elos da cadeia** permite analisar grau de coordenação vertical e horizontal, elemento central para captura de valor.
- **Volume vendido total** representa intensidade geral das vendas.
- **Volume vendido com IG** mensura participação do selo nas transações.
- **Volume comprado total** avalia escala de aquisição por parte de compradores.
- **Volume comprado com IG** mede preferência efetiva por produto com selo.
- **Faturamento** representa a receita bruta gerada pelas vendas, permitindo avaliar a dimensão financeira das operações comerciais associadas à IG
- **Lucro** expressa o resultado econômico final após a dedução integral de custos e despesas, permitindo avaliar a sustentabilidade financeira da estratégia associada à IG.
- **Renda** corresponde ao valor efetivamente apropriado pelo produtor como remuneração do seu trabalho e da atividade produtiva, funcionando como agregação ao seu “salário” ou rendimento familiar.

c) Agregação de Valor

A dimensão Agregação de Valor examina a transformação do capital simbólico territorial em valor econômico.

- **Visibilidade** refere-se ao reconhecimento institucional e mercadológico da IG.

- **Investimentos em *branding*** indicam esforços estratégicos de posicionamento territorial.
- **Reputação** captura credibilidade associada à origem territorial e à consistência da qualidade.
- **Qualidade percebida** mensura percepção de superioridade do produto.
- **Outras certificações e diferenciais** analisam empilhamento estratégico de atributos, verificando complementaridade ou competição simbólica com a IG.
- **Prêmio de preço** representa diferencial monetário obtido em função da certificação.
- **Disposição a pagar** captura aceitação de preço superior por parte do mercado.
- **Exigência dos compradores** avalia elevação de padrões técnicos e comerciais.
- **Distribuição do valor** examina repartição do ganho ao longo da cadeia.
- **Justiça na distribuição** considera percepção de equidade na apropriação do valor econômico.

d) Território

A dimensão Território atua como elemento mediador e articulador sistêmico dos efeitos econômicos gerados pelas demais dimensões, ao avaliar a capacidade institucional, organizacional e relacional de sustentar, potencializar ou limitar os resultados observados em Produção, Comercialização e Agregação de Valor. Mais do que um fator contextual, o território influencia a forma como esses efeitos se materializam, ao refletir níveis de coordenação coletiva, densidade institucional, capital social e capacidade de governança. Nesse sentido, a dimensão territorial não apenas modera, mas condiciona a intensidade, a distribuição e a sustentabilidade dos efeitos econômicos associados à Indicação Geográfica.

- **Governança ativa** refere-se à gestão estratégica pós-registro, incluindo coordenação, monitoramento e articulação institucional.
- **Organização coletiva** examina capacidade efetiva de ação conjunta e alinhamento estratégico entre produtores.
- **Atração de investimentos** avalia capacidade do território de mobilizar recursos estruturantes.
- **Expansão produtiva** mensura fortalecimento estrutural da base produtiva.
- **Sucessão do negócio** analisa continuidade intergeracional da atividade econômica.

Essa dimensão não representa efeito automático da IG, mas condição que influencia a intensidade e sustentabilidade dos resultados nas demais dimensões.

O quadro 10 apresenta a matriz consolidada do Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das indicações geográficas, estruturada a partir do processo iterativo de construção teórico-empírica descrito anteriormente.

A organização dos indicadores em três dimensões de efeitos econômicos: produção, comercialização, agregação de valor; e uma mediadora: território, reflete a lógica sistêmica adotada neste estudo, permitindo analisar de forma integrada a internalização do selo na base produtiva, sua conversão em inserção mercadológica diferenciada, a transformação do capital reputacional em valor econômico e a capacidade institucional do território de sustentar esses efeitos ao longo do tempo.

A matriz consolida variáveis operacionais passíveis de aplicação comparativa em outras IGs, constituindo instrumento estruturado para avaliação do grau de ativação econômica do reconhecimento territorial.

Quadro 10 - Lista de indicadores do protocolo e conceitos

PRODUÇÃO	
Indicador	Conceito
Quantidade de produtores	Dimensão da base produtiva potencial habilitada à IG
Tamanhos das propriedades	Estrutura fundiária e heterogeneidade produtiva do território
Produtores cientes da IG	Grau de conhecimento e internalização do instrumento
Produtores que utilizam o selo	Adesão efetiva ao sistema de certificação
Volume total produzido	Escala física geral da produção
Volume produzido com IG	Participação da certificação na produção total
Custos de adequação e manutenção	Investimentos necessários para conformidade técnica
Taxa de ativação produtiva	Proporção de associados que utilizam efetivamente o selo
COMERCIALIZAÇÃO	
Indicador	Conceito
Novos produtos	Ampliação do portfólio vinculada à IG
Novos mercados	Expansão geográfica ou segmentação comercial
Novos canais de comercialização	Diversificação dos meios de venda
Novos negócios	Surgimento de empreendimentos associados à IG
Relação comercial entre os elos	Grau de articulação e coordenação na cadeia
Volume vendido total	Intensidade geral das vendas realizadas
Volume vendido com IG	Participação da certificação nas vendas
Volume comprado total	Escala de aquisição por parte dos compradores
Volume comprado com IG	Participação da certificação nas compras realizadas
Faturamento	Receita bruta gerada pelas vendas
Renda	Remuneração efetivamente apropriada pelo produtor como retorno do seu trabalho e da atividade
Lucro	Resultado econômico final após dedução integral de custos e despesas
AGREGAÇÃO DE VALOR	
Indicador	Conceito
Visibilidade	Nível de reconhecimento institucional e mercadológico
Reputação	Credibilidade associada à origem territorial
Qualidade percebida	Percepção de superioridade do produto
Investimentos em branding	Ações estratégicas de posicionamento territorial
Outras certificações e diferenciais	Empilhamento de atributos complementares à IG
Prêmio de preço	Diferencial monetário obtido pela certificação
Disposição a pagar	Aceitação de preço superior pelo mercado
Exigência dos compradores	Elevação de padrões técnicos e comerciais
Distribuição do valor	Repartição do ganho econômico na cadeia
Justiça na distribuição	Percepção de equidade na apropriação do valor
TERRITÓRIO	
Indicador	Conceito
Governança ativa	Gestão estratégica e coordenação pós-registro
Organização coletiva	Capacidade efetiva de ação conjunta
Atração de investimentos	Mobilização de recursos estruturantes
Expansão produtiva	Fortalecimento estrutural da base produtiva
Sucessão do negócio	Continuidade intergeracional da atividade econômica

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

5.3 Roteiros de entrevistas sugeridos

Com base no protocolo analítico proposto e na matriz consolidada de indicadores estruturados nos quatro constructos Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território, foram elaborados três roteiros semiestruturados de entrevista, direcionados aos perfis de Produtor, Associação Gestora e Comprador. Os instrumentos foram concebidos de forma alinhada aos indicadores testados na pesquisa, buscando garantir aderência conceitual, comparabilidade entre atores e viabilidade operacional em campo. A estrutura privilegia

perguntas abertas, orientadas à obtenção de evidências empíricas relacionadas à ativação econômica do selo, evitando fragmentação excessiva de variáveis e favorecendo posterior sistematização analítica.

Optou-se por não desenvolver roteiro específico para cooperativas, uma vez que, no contexto analítico do protocolo, essas organizações podem desempenhar funções predominantemente comerciais, enquadrando-se metodologicamente no perfil de Comprador quando atuam na aquisição e comercialização da produção. Tal decisão visa simplificar a arquitetura do instrumento sem prejuízo da cobertura dos indicadores, preservando a coerência entre posição funcional na cadeia e bloco analítico correspondente.

e) Roteiro – produtor

Produção

1. Qual o tamanho da sua propriedade ou unidade produtiva?
2. Qual o volume total produzido por ano?
3. Quanto desse volume é comercializado com selo?
4. Utiliza o selo em toda produção ou apenas parte? Por quê?
5. Compreende claramente o papel do selo no seu negócio?
6. Houve aumento de custos para adequação às exigências do selo?

Comercialização

7. Surgiram novos produtos após o reconhecimento do selo?
8. O selo permitiu acesso a novos mercados?
9. Surgiram novos canais de comercialização?
10. Houve criação de novos negócios após o selo?
11. A relação com compradores mudou após o uso do selo?
12. O volume vendido aumentou, permaneceu estável ou diminuiu após o selo?
13. Seus compradores demandam explicitamente produto com selo?
14. O faturamento do seu negócio mudou após o selo?
15. A sua renda pessoal, entendida como remuneração do seu trabalho e retorno da atividade, aumentou após o selo?
16. O lucro do seu negócio melhorou após o selo?

Agregação de Valor

17. O selo aumentou a visibilidade do seu produto?
18. A reputação do território melhorou após o selo?
19. Os compradores percebem maior qualidade no produto com selo?
20. Possui outros selos ou diferenciais além da IG?

21. Já obteve prêmio de preço por vender com selo?
 22. Existe disposição a pagar maior por parte do comprador quando o produto está identificado com selo?
 23. Os compradores passaram a ser mais exigentes após o selo?
 24. Considera justa a distribuição do valor ao longo da cadeia?
- Território
25. A governança do selo funciona de forma ativa e organizada?
 26. A organização coletiva entre os produtores é forte?
 27. O selo atraiu investimentos para o território?
 28. Após o selo, houve expansão da produção no território?
 29. O selo influencia a continuidade do negócio pelas próximas gerações?

f) Roteiro – associação gestora

Produção

1. Quantos produtores existem no território abrangido pela IG?
2. Quantos estão aptos a utilizar o selo?
3. Quantos utilizam efetivamente o selo?
4. Qual o volume total produzido no território?
5. Qual o volume produzido com selo em relação ao total?
6. Os produtores compreendem o papel estratégico do selo?
7. Existem dificuldades técnicas, financeiras ou organizacionais que limitam o uso do selo?

Comercialização

8. O selo possibilitou abertura de novos mercados?
9. Surgiram novos canais de comercialização após o reconhecimento?
10. Houve desenvolvimento de novos produtos vinculados ao selo?
11. O selo contribuiu para criação de novos negócios no território?
12. Como a relação entre produtores e compradores evoluiu após o selo?
13. O volume comercializado com selo tem crescido?
14. Há evidência de impacto no faturamento médio dos produtores após o selo?

Agregação de Valor

15. O selo aumentou a visibilidade do território?
16. A reputação associada ao selo está consolidada no mercado?
17. Existe evidência consistente de prêmio de preço associado ao selo?
18. Os compradores demonstram disposição a pagar diferenciada?

19. Há outros selos ou diferenciais combinados à IG?

20. O selo elevou as exigências técnicas ou de qualidade?

21. Como ocorre a distribuição do valor ao longo da cadeia?

Território

22. Como funciona a governança do selo na prática?

23. O nível de organização coletiva é satisfatório?

24. O selo contribuiu para atração de investimentos?

25. Houve expansão produtiva após o reconhecimento do selo?

26. O selo fortaleceu a identidade territorial?

g) Roteiro – comprador

Produção e fornecimento

1. Qual o volume total adquirido do produto por ano?

2. Qual parcela desse volume é adquirida com selo?

3. O selo influencia sua decisão de compra? De que forma?

Comercialização

4. O produto com selo é destinado a mercados ou nichos específicos?

5. O selo permitiu acesso a novos segmentos de mercado?

6. O volume adquirido com selo tem aumentado ao longo do tempo?

7. A relação comercial com os produtores mudou após o uso do selo?

Agregação de Valor

8. Utiliza a IG como diferencial na venda dos produtos?

9. Seus clientes reconhecem e valorizam o selo?

10. Há disposição a pagar adicional pelo produto com selo?

11. Existe diferença de preço entre produto com selo e sem selo?

12. O selo reforça a percepção de qualidade?

13. O selo aumenta exigências técnicas ou de rastreabilidade?

Território

13. O território demonstra organização institucional consistente?

14. A governança do selo transmite credibilidade?

15. Você percebe potencial de expansão da oferta com selo no território?

Os três roteiros foram desenvolvidos de modo complementar, permitindo análise das informações com a perspectiva de diferentes posições na cadeia e no território. Cada pergunta está associada a pelo menos um indicador do protocolo, assegurando cobertura integral dos quatro constructos e permitindo a identificação tanto de evidências positivas quanto de

limitações e lacunas na ativação econômica da IG. A aplicação multiactor possibilita analisar convergências e divergências de percepção, fortalecendo a robustez analítica do modelo e ampliando seu potencial de replicação em outras Indicações Geográficas, independentemente do setor produtivo envolvido.

5.4 Protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs

O protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas proposto configura-se como um arcabouço analítico qualitativo estruturado, concebido para interpretar a natureza sistêmica, processual e territorialmente condicionada dos efeitos econômicos associados a esse instrumento. Em contraste com abordagens baseadas em mensurações isoladas, o modelo adota uma perspectiva interpretativa integrada, orientada à compreensão das relações entre práticas produtivas, dinâmicas de mercado e estruturas institucionais.

O protocolo analítico organiza-se a partir de uma matriz de codificação estruturada em quatro dimensões: Produção, Comercialização e Agregação de Valor, derivadas da literatura especializada, e Território, incorporada como dimensão mediadora a partir da identificação recorrente de elementos empíricos relacionados à governança, identidade territorial, organização coletiva e capacidade institucional. A inclusão dessa dimensão reflete o reconhecimento de que os efeitos econômicos das Indicações Geográficas não se manifestam de forma isolada, mas são condicionados por atributos territoriais que influenciam sua intensidade, direção e sustentabilidade.

A operacionalização do modelo fundamenta-se em um sistema de indicadores que orienta a codificação e a organização das evidências empíricas, permitindo sua conversão em unidades analíticas comparáveis. Esse procedimento assegura rastreabilidade metodológica, consistência interpretativa e aplicabilidade do modelo em diferentes contextos territoriais, preservando sua capacidade de adaptação às especificidades empíricas de cada caso.

A interpretação dos resultados é conduzida a partir de três critérios analíticos complementares: a intensidade das evidências, expressa pela densidade temática dos indicadores; a orientação das manifestações, capturada por meio da classificação de polaridade; e o grau de articulação entre as dimensões, avaliado pela coerência sistêmica. A articulação desses critérios permite superar leituras descritivas ou fragmentadas, possibilitando a compreensão dos efeitos econômicos como fenômenos interdependentes e de maturidade variável.

Adicionalmente, o modelo incorpora a análise de dissensos como elemento interpretativo relevante, ao considerar indicadores com elevada recorrência e polaridade neutra

como expressão de divergências estruturais entre os atores e de estágios intermediários de consolidação. Essa abordagem amplia a capacidade analítica do protocolo ao reconhecer que a ausência de convergência não implica ausência de efeito, mas pode indicar processos em transição.

Dessa forma, o modelo proposto transcende a função de ferramenta analítica aplicada, configurando-se como um instrumento metodológico replicável e teoricamente fundamentado para a avaliação dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas. Sua estrutura permite articular evidências empíricas e referenciais conceituais em uma lógica interpretativa consistente, contribuindo para o avanço do campo ao oferecer uma abordagem sistemática para análise da ativação econômica desses instrumentos em diferentes contextos territoriais.

5.6.1 Fundamento analítico do protocolo

A avaliação qualitativa da ativação econômica é realizada com base em três critérios interdependentes: densidade temática, polaridade analítica e coerência sistêmica. Esses critérios operam como filtros interpretativos estruturados, permitindo enquadrar o território nos níveis de ativação definidos na tipologia do modelo.

a) Densidade Temática

A densidade temática corresponde à intensidade e abrangência com que determinado indicador ou dimensão se manifesta no corpus empírico. Ela expressa o grau de internalização prática da IG no território.

A análise considera:

- Frequência de evidências associadas ao indicador
- Diversidade de atores que mobilizam o tema
- Consistência argumentativa e profundidade das respostas

Alta densidade indica incorporação estruturada do fenômeno na dinâmica econômica territorial. Baixa densidade sugere ativação incipiente, pontual ou restrita a subsectores.

No âmbito da tipologia:

- Densidade reduzida em todas as dimensões tende a caracterizar ativação incipiente.
- Densidade concentrada em nichos específicos indica ativação segmentada.
- Densidade distribuída de forma mais ampla sugere ativação intermediária ou consolidada, a depender dos demais critérios.

b) Polaridade Analítica

A polaridade analítica identifica a direção predominante das evidências qualitativas associadas a cada indicador ou dimensão.

As manifestações são classificadas como:

- Positivas, quando indicam fortalecimento, consolidação ou avanço do efeito econômico.
- Negativas, quando revelam limitação estrutural ou ausência de ativação.
- Ambivalentes, quando evidenciam coexistência de avanços e restrições ou assimetria entre atores.

A polaridade permite distinguir presença formal do instrumento de sua efetiva conversão econômica.

Na lógica tipológica:

- Predominância negativa sugere estágios iniciais.
- Polaridade ambivalente indica ativação parcial ou transição.
- Predominância positiva consistente em múltiplas dimensões aproxima o território de níveis mais elevados de ativação.

c) Coerência Sistêmica

A coerência sistêmica constitui o eixo estruturante do protocolo. Parte-se da premissa de que os efeitos econômicos da IG são processuais e interdependentes, conforme sustentado pelo modelo da FAO.

A análise examina o encadeamento entre:

Produção > Comercialização > Agregação de Valor > Território

São avaliadas questões como:

- O uso do selo se converte em inserção mercadológica diferenciada?
- A inserção diferenciada gera captura econômica consistente?
- A captura de valor é sustentada por governança territorial ativa?

A ativação produtiva isolada indica fragmentação. Inserção comercial sem conversão em valor revela ativação parcial. A articulação consistente entre as dimensões caracteriza maturidade sistêmica.

A coerência sistêmica é o critério que transforma evidências isoladas em diagnóstico estrutural de ativação econômica.

5.6.2 Tipologias de ativação econômica

A classificação do território nos níveis de ativação econômica decorre da interpretação integrada dos três critérios analíticos anteriormente apresentados: densidade temática, polaridade predominante e coerência sistêmica. A tipologia proposta não constitui escala normativa ou hierarquia de desempenho, mas instrumento analítico destinado a qualificar o grau de maturidade econômica da Indicação Geográfica enquanto ativo territorial.

A lógica subjacente à tipologia parte da concepção processual dos efeitos econômicos defendida pelo modelo da FAO (2018), segundo o qual o registro formal da IG representa

condição habilitadora, mas não garante, por si só, a geração de resultados econômicos estruturantes. A intensidade desses efeitos depende da internalização do instrumento na base produtiva, de sua centralidade na inserção mercadológica e da capacidade territorial de sustentar, coordenar e converter o capital simbólico em valor econômico efetivo.

Nesse contexto, distinguem-se quatro níveis analíticos de ativação econômica:

Nível 1 – Ativação Incipiente

Caracteriza territórios nos quais a IG permanece predominantemente no plano formal. A densidade temática é reduzida, a polaridade tende à neutralidade ou negatividade e inexistente encadeamento consistente entre produção, mercado e agregação de valor. O selo não ocupa papel estruturante na dinâmica econômica, funcionando como reconhecimento institucional com baixa incorporação prática.

Nível 2 – Ativação Inicial

Refere-se a contextos em que a IG é mobilizada de forma seletiva, concentrada em subsetores, nichos ou atores específicos. Observa-se densidade moderada, porém assimétrica entre dimensões, e polaridade frequentemente ambivalente. A diferenciação econômica ocorre, mas não se generaliza ao conjunto da base produtiva. A articulação sistêmica é parcial, coexistindo fluxos diferenciados e fluxos predominantemente *commodity*.

Nível 3 – Ativação Intermediária

Nesse nível, a IG apresenta incorporação mais ampla e consistente entre os atores relevantes do território. A densidade temática distribui-se de forma relativamente equilibrada entre os constructos, e a polaridade predominante é positiva, ainda que coexistam limitações estruturais. Observa-se encadeamento funcional entre uso produtivo do selo, inserção mercadológica diferenciada e conversão reputacional em valor econômico. A governança territorial atua de maneira regular e estratégica, sustentando o processo de ativação, ainda que sem evidências de transformação estrutural plena.

Nível 4 – Ativação Consolidada

Caracteriza territórios nos quais a IG opera como eixo estruturante da dinâmica econômica local. O selo é amplamente utilizado, a inserção mercadológica diferenciada é recorrente, o prêmio de preço ou captura econômica apresenta consistência e a coordenação territorial é madura e institucionalizada. Nesse estágio, os efeitos econômicos extrapolam nichos específicos e demonstram capacidade de sustentação ao longo do tempo.

Importa destacar que os níveis não representam trajetória linear obrigatória, tampouco pressupõem evolução automática. A tipologia funciona como instrumento heurístico para

qualificar o grau de ativação econômica observado, permitindo comparações entre territórios e identificação de fragilidades estruturais.

Quadro 11 - Orientação para classificação dos estágios nas tipologias de ativação econômica da IG

Nível	Denominação	Densidade Temática	Polaridade Predominante	Coerência Sistêmica	Caracterização Analítica
Nível 1	Ativação Incipiente	Baixa, com menções esparsas, concentradas em poucos atores.	Predominância neutra ou negativa.	Ausência de encadeamento entre dimensões.	Registro formal existente, mas com baixa internalização produtiva e fraca conversão mercadológica. O selo opera mais como reconhecimento jurídico do que como ativo econômico.
Nível 2	Ativação Inicial	Moderada, porém desigual entre constructos.	Polaridade positiva parcial ou ambivalente.	Encadeamento fragmentado entre Produção e Comercialização.	Evidências de uso do selo e inserção diferenciada em nichos específicos. Conversão reputacional ainda limitada e dependente de iniciativas isoladas.
Nível 3	Ativação Intermediária	Moderada a alta, com diversidade de atores envolvidos.	Predominância positiva consistente.	Encadeamento entre Produção, Comercialização e Agregação de Valor, com suporte territorial moderado.	Diferenciação mercadológica estruturada em segmentos específicos. Reputação consolidada, porém redistribuição de valor ainda assimétrica. Governança ativa, mas não plenamente transformadora.

Nível 4	Ativação Consolidada	Alta densidade e ampla convergência entre atores.	Predominância positiva robusta e consistente.	Encadeamento completo entre os quatro constructos.	A IG opera como ativo estratégico consolidado. Produção, inserção mercadológica e captura de valor estão articuladas sob governança territorial madura, com evidências de efeitos estruturais e redistributivos mais amplos.
----------------	-----------------------------	---	---	--	--

Fonte: Elaborado pelo autor (2026).

5.6.3 Procedimento operacional de aplicação do protocolo

A aplicação do protocolo de avaliação da ativação dos efeitos econômicos de mercado das IGs a partir de entrevistas semiestruturadas segue sequência analítica estruturada, concebida para assegurar consistência metodológica, rastreabilidade interpretativa e alinhamento com a arquitetura conceitual do protocolo.

A análise foi conduzida com base no protocolo de avaliação descrito no capítulo metodológico, estruturado em etapas sequenciais que permitem interpretar de forma integrada as evidências empíricas.

A primeira etapa consiste na adequação das dimensões de análise, na qual se consolidam as dimensões Produção, Comercialização e Agregação de Valor, previamente definidas com base na revisão bibliográfica, e se incorpora a dimensão Território como elemento mediador, identificada de forma emergente durante a análise das transcrições. Essa etapa assegura que o modelo analítico esteja simultaneamente ancorado na teoria e sensível às evidências empíricas.

A segunda etapa corresponde à realização das entrevistas semiestruturadas com os diferentes atores da cadeia produtiva, incluindo produtores, representantes institucionais e compradores. Essa fase possibilita a coleta de evidências qualitativas diretamente relacionadas às dinâmicas econômicas, organizacionais e territoriais associadas à Indicação Geográfica.

Na terceira etapa, procede-se à codificação das transcrições, com base nos indicadores definidos para cada dimensão. Utilizando ferramenta de análise qualitativa, as falas são organizadas e classificadas em unidades de sentido, permitindo a vinculação sistemática entre evidências empíricas e dimensões analíticas, além de garantir rastreabilidade e consistência na interpretação.

A quarta etapa envolve a análise da densidade temática e a classificação da polaridade das manifestações. A densidade temática considera não apenas o volume de menções associadas a cada indicador, mas também a diversidade de atores que o mobilizam e a profundidade das

evidências. A polaridade, por sua vez, qualifica a direção das manifestações, distinguindo avaliações positivas, negativas ou neutras. Adicionalmente, essa etapa incorpora a análise de dissensos, identificados por indicadores com polaridade neutra, porém elevada intensidade, evidenciando divergências relevantes e diferentes níveis de maturidade na apropriação da IG.

A quinta etapa consiste na análise da coerência sistêmica dos dados, examinando o encadeamento entre as dimensões Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território. Essa análise busca identificar se os efeitos econômicos se manifestam de forma integrada ou fragmentada, bem como mapear assimetrias entre dimensões, territórios e perfis de atores, constituindo elemento central para a interpretação dos resultados.

Por fim, a sexta etapa corresponde à classificação do estágio de ativação econômica da Indicação Geográfica. Essa classificação resulta de uma síntese interpretativa integrada, na qual os diferentes critérios analíticos são articulados para posicionar o território em termos de maturidade. O enquadramento não decorre de cálculo automático ou soma de indicadores, mas de uma interpretação estruturada das evidências à luz da lógica processual do modelo, considerando a intensidade, a coerência e a consistência dos efeitos observados.

O diagnóstico resultante representa, portanto, uma leitura qualificada do grau de ativação econômica da Indicação Geográfica na perspectiva dos atores envolvidos, preservando a complexidade do fenômeno e assegurando alinhamento entre teoria, método e análise empírica.

5.5 Contribuições e evolução do produto tecnológico

Como fechamento deste capítulo, destaca-se que o produto técnico-tecnológico desenvolvido consiste em um protocolo estruturado de avaliação dos efeitos econômicos de mercado das Indicações Geográficas, concebido para transformar fundamentos teóricos e evidências empíricas em um instrumento aplicado de diagnóstico e apoio à decisão.

Ao integrar as dimensões Produção, Comercialização e Agregação de Valor, previamente definidas, com a dimensão Território, identificada como mediadora a partir da análise empírica, o modelo organiza a avaliação em um processo analítico sequencial, sistêmico e interpretativo. Essa arquitetura permite não apenas identificar a presença de efeitos econômicos, mas, sobretudo, qualificar seu grau de consolidação, distinguindo o registro formal da IG de sua efetiva ativação econômica no território.

O protocolo possibilita, assim, a classificação do estágio de maturidade econômica das Indicações Geográficas, considerando a intensidade das evidências, a coerência entre as dimensões e a capacidade do sistema territorial de converter atributos simbólicos em resultados econômicos concretos. Ao incorporar elementos como densidade temática, polaridade das

manifestações e análise de coerência sistêmica, o modelo supera abordagens descritivas ou meramente quantitativas, oferecendo uma leitura estruturada, contextualizada e comparável dos efeitos observados.

Do ponto de vista aplicado, o protocolo constitui ferramenta relevante para orientação estratégica, monitoramento e apoio à tomada de decisão por parte de associações gestoras, instituições públicas e organizações de fomento. Sua utilização permite identificar gargalos, assimetrias e oportunidades de fortalecimento das IGs, contribuindo para o aprimoramento das estratégias de desenvolvimento territorial e para avaliações mais consistentes dos resultados econômicos das certificações de origem.

Adicionalmente, o modelo apresenta potencial de evolução para uma solução digital, baseada em sistema web, capaz de padronizar a aplicação do protocolo, automatizar etapas analíticas e consolidar uma base estruturada de dados. Essa possibilidade amplia sua escalabilidade e utilidade prática, viabilizando análises comparativas entre territórios, acompanhamento longitudinal dos níveis de maturidade e geração de evidências sistematizadas para formulação e avaliação de políticas públicas.

Dessa forma, o produto desenvolvido configura-se como um instrumento metodológico replicável, com aplicabilidade prática e potencial de expansão tecnológica e institucional, contribuindo tanto para o avanço do campo de estudo das Indicações Geográficas quanto para o fortalecimento de sua utilização como estratégia de desenvolvimento econômico territorial.

6 CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo analisar os efeitos econômicos das Indicações Geográficas na cadeia produtiva do cacau na Amazônia brasileira e, a partir dessa análise, propor um protocolo avaliativo capaz de mensurar o grau de ativação econômica do instrumento.

A investigação articulou revisão bibliográfica da literatura, dados secundários setoriais e evidências empíricas coletadas em dois territórios reconhecidos, Tomé-Açu (PA) e Rondônia (RO), permitindo uma leitura integrada das dimensões de Produção, Comercialização, Agregação de Valor e da emergente, Território.

Os resultados indicam que a Indicação Geográfica opera como instrumento potencializador, mas sua eficácia econômica depende de coordenação coletiva, inserção mercadológica qualificada e maturidade institucional territorial. O registro formal constitui condição necessária, porém não suficiente, para a geração de efeitos estruturantes.

6.1 Principais resultados encontrados na pesquisa de campo

O mapeamento da cadeia produtiva revelou estrutura complexa, com base produtiva capilarizada, múltiplos níveis de intermediação, concentração no elo de processamento e coexistência entre lógica global de *commodity* e nichos diferenciados orientados por qualidade e origem. Essa configuração condiciona a dinâmica de captura de valor e limita a apropriação imediata dos diferenciais associados à IG quando a comercialização permanece vinculada às referências internacionais de preço.

Na dimensão Produção, observou-se internalização progressiva do selo entre parte dos produtores, ainda que de forma heterogênea. Os efeitos identificados concentram-se na formalização, organização produtiva e maior compreensão estratégica do instrumento. Não foram encontradas evidências robustas de expansão quantitativa diretamente atribuível ao registro da IG.

Na dimensão Comercialização, verificaram-se movimentos consistentes de diversificação de canais, aproximação com compradores especializados e ampliação geográfica das vendas. Contudo, a captura de prêmio de preço mostrou-se segmentada e dependente do perfil do comprador e do mercado acessado. Em transações próximas à lógica *commodity*, o selo exerce influência limitada sobre a formação de preços.

Na dimensão Agregação de Valor, destacou-se o fortalecimento reputacional e o aumento da visibilidade territorial. O prêmio de preço ocorre em nichos específicos, mas não de forma homogênea. A distribuição do valor ao longo da cadeia permanece assimétrica, sendo influenciada pela posição relativa dos atores e pelo grau de coordenação coletiva.

Na dimensão Território, a governança ativa e a organização coletiva emergem como fatores estruturantes. A identidade territorial encontra-se fortalecida, porém a transformação estrutural ampla, atração consistente de investimentos e redistribuição sistêmica de valor ainda não se consolidaram.

De forma geral, identificam-se efeitos econômicos de primeira ordem mais evidentes nas dimensões comercial e reputacional, efeitos organizacionais em consolidação e efeitos estruturais ainda incipientes.

6.2 Observações sobre os objetivos específicos desta pesquisa

O primeiro objetivo específico, referente ao mapeamento da cadeia produtiva do cacau nos territórios analisados, foi plenamente alcançado e revelou-se fundamental para a consistência analítica da pesquisa. A investigação demonstrou que os efeitos econômicos da Indicação Geográfica não podem ser compreendidos isoladamente do arranjo estrutural no qual se inserem.

A arquitetura da cadeia, caracterizada por base produtiva pulverizada, múltiplos níveis de intermediação, concentração no processamento e coexistência entre lógica *commodity* e nichos diferenciados, condiciona diretamente a capacidade de geração, captura e redistribuição de valor. Assim, o estudo reforça que qualquer avaliação de impacto econômico de IGs deve necessariamente incorporar a análise da estrutura produtiva e das relações de poder ao longo da cadeia, sob pena de superestimar efeitos atribuídos exclusivamente ao instrumento jurídico.

O segundo objetivo específico, voltado à análise dos efeitos da IG nas dimensões de Produção, Comercialização, Agregação de Valor e Território, foi igualmente atendido e produziu achados relevantes para o avanço do campo. As evidências indicam que a ativação dos efeitos econômicos das IGs não ocorre de forma automática, linear ou homogênea, mas como processo incremental e dependente de trajetória.

A maturidade institucional, a consistência da governança coletiva, a estratégia de inserção mercadológica e o grau de coordenação entre os elos emergem como variáveis condicionantes centrais. Esse resultado dialoga com a literatura internacional ao confirmar que o registro formal constitui condição necessária, porém insuficiente, para a consolidação de efeitos estruturantes.

A contribuição empírica da pesquisa reside justamente em demonstrar, em contexto amazônico, como capital simbólico, organização produtiva e estratégia comercial interagem de maneira assimétrica, produzindo estágios diferenciados de ativação econômica.

O terceiro objetivo específico culminou na proposição de um protocolo avaliativo estruturado em quatro constructos interdependentes, concebido para avaliar o grau de ativação

dos efeitos econômicos das Indicações Geográficas. O modelo desenvolvido transcende a análise descritiva ao permitir classificação por estágios, identificação de lacunas e verificação de coerência sistêmica entre dimensões produtivas, comerciais e territoriais.

Do ponto de vista acadêmico, o protocolo contribui ao integrar referenciais internacionais, literatura sobre governança agroindustrial e evidências empíricas amazônicas em instrumento analítico operacionalizável.

Sob a perspectiva aplicada, oferece subsídios concretos para instituições apoiadoras, gestores públicos e associações gestoras monitorarem a evolução das IGs para além do momento do registro. Embora testado na cadeia do cacau, sua arquitetura conceitual apresenta potencial de adaptação a diferentes setores e territórios, constituindo base para avaliações comparativas futuras e para o aprimoramento de políticas públicas voltadas à valorização territorial.

Em conjunto, os três objetivos específicos não apenas foram alcançados, mas se revelaram interdependentes na construção da contribuição central da pesquisa: a demonstração de que a Indicação Geográfica deve ser analisada como mecanismo institucional inserido em estruturas produtivas concretas, cujos efeitos econômicos são condicionados por coordenação, governança e estratégia mercadológica. A articulação entre diagnóstico estrutural, análise empírica multimensional e proposição de instrumento avaliativo confere coerência interna ao estudo e amplia sua capacidade explicativa.

Desse modo, a pesquisa avança ao oferecer base conceitual e operacional para compreender a IG não como selo isolado, mas como processo de ativação econômica territorial. Ao integrar teoria, evidência empírica e modelagem avaliativa em arquitetura analítica consistente, o trabalho fortalece o campo de estudos sobre Indicações Geográficas e fornece subsídios para análises comparativas futuras e para a qualificação de políticas públicas orientadas à geração de efeitos econômicos sustentáveis.

6.3 Recomendações para Indicações Geográficas e instituições apoiadoras

Os resultados sugerem que o registro formal da Indicação Geográfica deve ser compreendido como etapa inicial de um processo estratégico contínuo, e não como ponto de chegada. A consolidação dos efeitos econômicos depende de ações coordenadas e permanentes ao longo da cadeia produtiva.

Recomenda-se que associações gestoras e instituições apoiadoras:

- Fortaleçam mecanismos permanentes de governança, monitoramento e controle pós-registro, assegurando credibilidade e coerência institucional.

- Estructurem estratégias coordenadas de promoção territorial e *branding* coletivo, ampliando visibilidade e reconhecimento da origem nos mercados-alvo.
- Estimulem maior internalização produtiva do selo, ampliando o volume efetivamente comercializado sob a IG.
- Desenvolvam ações específicas para inserção qualificada em nichos diferenciados, com foco em compradores que valorizem atributos de origem, qualidade e rastreabilidade.
- Implementem mecanismos mais transparentes e equitativos de distribuição do valor ao longo da cadeia produtiva, reduzindo assimetrias na captura econômica.

No caso específico da cadeia do cacau, recomenda-se:

- Intensificar a articulação entre produtores, cooperativas e chocolateiros artesanais, promovendo maior verticalização e transformação local da amêndoa, de modo a ampliar a retenção de valor no território.
- Investir na qualificação técnica contínua, especialmente em pós-colheita, fermentação e padronização de qualidade, assegurando consistência sensorial e reputacional.
- Desenvolver estratégias de segmentação clara entre mercado *commodity* e mercado diferenciado, evitando diluição do posicionamento territorial
- Ampliar a integração com certificações complementares e diferenciais reputacionais, fortalecendo o posicionamento competitivo em nichos premium.

Para instituições como Sebrae, Embrapa e demais órgãos de apoio, recomenda-se a incorporação de instrumentos avaliativos periódicos que permitam acompanhar o estágio de ativação econômica das IGs ao longo do tempo, reduzindo a dependência exclusiva do momento do registro como indicador de sucesso e orientando políticas públicas com base em evidências de maturidade e desempenho territorial.

6.4 Limitações da pesquisa e sugestões para estudos futuros

A presente pesquisa apresenta limitações que delimitam o alcance de suas conclusões. O estudo concentrou-se em duas Indicações Geográficas vinculadas à cadeia produtiva do cacau na Amazônia brasileira, o que restringe a generalização dos resultados para outras cadeias produtivas e contextos territoriais.

Embora os territórios analisados apresentem elevada complexidade organizacional, estruturas produtivas distintas podem demandar adaptações analíticas. Assim, a replicação da investigação em diferentes setores e regiões é recomendável para testar a robustez e a aplicabilidade dos achados.

A abordagem metodológica qualitativa constitui outra limitação. A pesquisa fundamentou-se em revisão bibliográfica, entrevistas semiestruturadas, e análise de dados secundários, assegurando consistência interpretativa, mas não permitindo extrapolação estatística para o universo das IGs brasileiras.

O recorte temporal também merece consideração, uma vez que a análise foi realizada em um momento específico de maturidade institucional das IGs, combinado a uma conjuntura internacional atípica de preços do cacau. Considerando que os efeitos econômicos tendem a se manifestar de forma gradual e dependente de trajetória, investigações longitudinais poderão oferecer compreensão mais precisa sobre a consolidação, intensificação ou eventual reversão dos impactos observados.

Adicionalmente, fatores exógenos, como políticas públicas, variações macroeconômicas e ciclos internacionais de oferta e demanda, influenciam os resultados econômicos, dificultando a isolação plena dos efeitos atribuíveis exclusivamente à IG.

Pesquisas futuras podem avançar na análise da formação de preços, dos mecanismos de repartição de valor ao longo da cadeia e da relação entre capital simbólico e captura econômica efetiva. A incorporação sistemática de dimensões ambientais e sociais também representa um caminho relevante para ampliar a compreensão das IGs como instrumentos de desenvolvimento territorial sustentável.

Por fim, a adoção de métodos quantitativos, a construção de indicadores padronizados e a realização de análises comparativas interterritoriais podem ampliar a robustez analítica e a capacidade de mensuração dos efeitos econômicos.

6.5 Considerações finais

A análise desenvolvida ao longo desta dissertação confirma que a Indicação Geográfica constitui instrumento estratégico de diferenciação territorial, mas não pode ser compreendida como mecanismo automático de geração de renda, prêmio de preço ou transformação estrutural.

O reconhecimento formal da origem estabelece condição jurídica e simbólica para a diferenciação, porém sua materialização econômica depende da capacidade coletiva de converter reputação em coordenação produtiva, estratégia mercadológica e governança territorial efetiva. A IG não produz desenvolvimento por si, ela cria a possibilidade institucional de sua construção.

Os resultados evidenciam que a ativação econômica da IG é fenômeno processual, cumulativo e condicionado por trajetória. Sua eficácia está diretamente relacionada à arquitetura da cadeia produtiva, ao grau de organização dos atores locais, à maturidade institucional das entidades gestoras e ao posicionamento estratégico nos mercados.

A coexistência entre lógica global de *commodity* e nichos diferenciados demonstra que o selo opera em ambiente de tensões estruturais, no qual a diferenciação territorial precisa competir com parâmetros internacionais de preço e com assimetrias de poder ao longo da cadeia.

Nesse contexto, o selo cria potencial de diferenciação, mas sua conversão em captura econômica sustentável exige articulação contínua entre produtores, associações, cooperativas, compradores e instituições apoiadoras. A IG não substitui estratégia, ela a exige de forma deliberada e coordenada.

No contexto amazônico analisado, verificou-se fortalecimento reputacional, ampliação de visibilidade institucional e avanços na inserção comercial diferenciada, especialmente em segmentos que valorizam rastreabilidade, qualidade sensorial e narrativa territorial. Contudo, a captura homogênea de valor ao longo da cadeia e a redistribuição estrutural dos ganhos permanecem em processo de consolidação.

A assimetria entre capital simbólico acumulado e renda efetivamente apropriada evidencia que reputação e desenvolvimento não são equivalentes. Esse achado reforça a compreensão de que a IG deve ser entendida como instrumento de coordenação territorial de longo prazo, cuja eficácia depende de continuidade institucional, aprendizagem coletiva e capacidade adaptativa frente às oscilações macroeconômicas e às dinâmicas globais de mercado.

Do ponto de vista teórico, a pesquisa contribui ao integrar literatura internacional sobre Indicações Geográficas, economia institucional, governança agroindustrial e desenvolvimento territorial a evidências empíricas da Amazônia brasileira, oferecendo interpretação estruturada da ativação econômica do instrumento.

Sob a perspectiva aplicada, a pesquisa oferece base avaliativa capaz de orientar gestores públicos, associações gestoras e instituições de apoio na identificação de estágios de maturidade, gargalos estruturais e oportunidades estratégicas. Ao demonstrar que a IG demanda ativação contínua, monitoramento e coordenação permanente, o estudo contribui para o aprimoramento de políticas de desenvolvimento territorial que transcendam a lógica do registro formal como indicador suficiente de sucesso.

Conclui-se, portanto, que a Indicação Geográfica representa oportunidade relevante de valorização territorial, mas sua efetividade econômica não decorre do ato de registro, e sim da capacidade coletiva de sustentar reputação, coordenação e inserção mercadológica ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, D. S. *et al.* Indicação geográfica do cacau de Tomé-Açu como indutora do desenvolvimento e da proteção de comunidades locais. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 17, n. 2, p. 114–128, 2021.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS INDÚSTRIAS PROCESSADORAS DE CACAU (AIPC). *Dados setoriais e estatísticas de moagem*. Ilhéus, BA: AIPC, 2025. Disponível em: <https://aipc.com.br>. Acesso em: 12 fev. 2026.
- ARTÊNCIO, M. M.; GIRALDI, J. M. E.; GALINA, S. V. R. Uma análise crítica do papel e importância socioeconômica das indicações geográficas em países em desenvolvimento. *Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, v. 14, n. 3, p. 218–234, set./dez. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.18568/internext.v14i3.483>
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BARJOLLE, D.; PAUS, M.; PERRET, A. Impacts of geographical indications: review of methods and empirical evidences. In: INTERNATIONAL ASSOCIATION OF AGRICULTURAL ECONOMISTS CONFERENCE, 27., 2009, Beijing. *Proceedings [...]*. Beijing: IAAE, 2009.
- BARJOLLE, D.; SYLVANDER, B. Some factors of success for “origin labelled products” in agro-food supply chains in Europe: market, internal resources and institutions. *Économies et Sociétés, série Systèmes agroalimentaires*, t. 36, n. AG 25, p. 1441–1461, 2002. DOI: <https://doi.org/10.3406/esag.2002.1752>
- BAŞKAYA, Elif Pınar; KIRGIZ, Ayça Can. The role of geographical indications on city branding. *Annals of the University of Craiova – Economic Sciences Series*, Craiova, 2020. p. 76–94.
- BATALHA, M. O.; SILVA, A. L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições e correntes metodológicas. In: BATALHA, M. O. (coord.). *Gestão agroindustrial: volume único*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. *Evaluating geographical indications: guide to tailor evaluations for the development and improvement of geographical indications*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2021.
- BECKER, Bertha K. *Amazônia: geopolítica na virada do III milênio*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira. *Relatório CEPLAC 2023*. Brasília, DF: MAPA, 2024. Disponível em: <https://repositorio-dspace.agricultura.gov.br/handle/1/2284>. Acesso em: 12 fev. 2026.
- CASTRO, V. A.; LOURENÇÃO, M.; GIRALDI, J. M. E. Geographical indication as a strategic brand resource in the wine sector in Rio Grande do Sul/Brazil. *Revista de Administração da UFSM*, v. 14, n. 2, p. 276–296, abr./jun. 2021. DOI: <https://doi.org/10.5902/1983465934790>
- DALLABRIDA, V. R. Signos distintivos territoriais e indicação geográfica: base teórica e uma proposta metodológica para avaliação de experiências. *Informe GEPEC*, v. 27, n. 2, p. 389–413, jul./dez. 2023. DOI: <https://doi.org/10.48075/igepec.v27i2.31161>
- EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). *Boas práticas para cultivo de cacau com uso de sistemas agroflorestais (SAFs)*. Brasília, DF: Embrapa, 2020. (Programa Prosa Rural). Disponível em:

<http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1122769>. Acesso em: 12 fev. 2026.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO). *Strengthening sustainable food systems through geographical indications: an analysis of economic impacts*. Rome: FAO, 2018. Disponível em:

<https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/afc44660-75ac-43b4-918e-ef4915c0ff52/content>. Acesso em: 7 jun. 2025.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO); ORIGIN – ORGANIZATION FOR AN INTERNATIONAL GEOGRAPHICAL INDICATIONS NETWORK. *Developing a roadmap towards increased sustainability in geographical indication systems*. Rome: FAO, 2024. Disponível em:

<https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/55f24066-9525-46c2-8ed3-fla47532b1af/content>. Acesso em: 7 jun. 2025.

FARINA, E. M. M. Q. Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual. *Gestão & Produção*, v. 6, n. 3, p. 147–161, 1999. DOI:

<https://doi.org/10.1590/S0104-530X1999000300002>

HÖHN, Gero Laurenz; HUYSMANS, Martijn; CROMBEZ, Christophe. *Does terroir size matter? Protected geographical areas and prices of European hams*. *Regional Studies*, v. 58, n. 10, p. 1804–1817, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1080/00343404.2023.2232846>

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Produção Agrícola Municipal (PAM): série histórica 1988–2024*. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br>. Acesso em: 12 fev. 2026.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). *Pedidos de Indicação Geográfica no Brasil*. Rio de Janeiro: INPI, 2025. Disponível em:

<https://www.gov.br/inpi>. Acesso em: 1 fev. 2025.

KELLER, Kevin Lane. *Gestão estratégica de marcas*. Tradução de Arlete Simille Marques. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006.

KITCHENHAM, Barbara. *Procedures for performing systematic reviews*. Keele: Keele University, 2004. Keele University Technical Report TR/SE-0401. ISSN 1353-7776.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LI, Hui; LI, Ruiqing; YANG, Zhilin; JIN, Liyin. How invoking science in the production process of geographical indication products impacts consumer's perceived authenticity and product valuation. *Psychology & Marketing*, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1002/mar.22209>

LIU, Bing. *Sentiment analysis and subjectivity*. In: INDURKHYA, Nitin; DAMERAU, Fred J. (org.). *Handbook of Natural Language Processing*. 2. ed. Boca Raton: CRC Press, 2010.

MAO, Y.; GÖRG, H. *Don't take me for a free ride: Chinese agricultural geographical indications and firms' export quality*. *American Journal of Agricultural Economics*, v. 106, n. 2, p. 188–209, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1111/agec.12871>.

MEDEIROS, Mirna de Lima; PASSADOR, João Luiz. Examining the development attributed to geographical indications. *Journal of World Intellectual Property*, v. 25, n. 1, p. 86–105, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1111/jwip.12208>.

MELLO, Loiva Maria Ribeiro de; ZACKIEWICZ, Mauro; BEZERRA, Luiza Maria Capanema; TONIETTO, Jorge; BEAULIEU, Cecília Maria Gianoni; CAETANO, Silvia Freitas. *Metodologia de avaliação de impactos econômicos, sociais e ambientais para indicações geográficas: o caso do Vale dos Vinhedos*. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2014.

MENAPACE, Luisa; MOSCHINI, GianCarlo. The economics of geographical indications: an update. *Annual Review of Resource Economics*, v. 16, p. 83–104, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-resource-101623-092812>

MONIER-DILHAN, Sylvette; POMÉON, Thomas; BÖHM, Michael; BREČIĆ, Ruzica; CSILLAG, Peter; DONATI, Michele; FERRER-PÉREZ, Hugo; GAUVRIT, Lisa; GIL, José M.; HOÀNG, Việt; LILAVANICHAKUL, Apichaya; MAJEWSKI, Edward; MALAK-RAWLIKOWSKA, Agata; MATTAS, Konstadinos; NAPASINTUWONG, Orachos; NGUYỄN, An Quỳnh; NIKOLAOU, Kallirroi; PAPADOPOULOS, Ioannis; PASCUCCI, Stefano; PEERLINGS, Jack; RISTIC, Bojan; STEINNES, Kamilla; STOJANOVIC, Zaklina; TOMIĆ MAKSAN, Marina; TÖRÖK, Áron; VENEZIANI, Mario; VITTERSØ, Gunnar; BELLASSEN, Valentin. Do food quality schemes and net price premiums go together? *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, v. 19, n. 2, p. 79–94, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1515/jafio-2019-0044>

OCDE. *Dinâmicas do desenvolvimento em África 2022: cadeias de valor regionais para uma recuperação sustentável*. Paris: OECD Publishing, 2022. Disponível em: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/pt/publications/reports/2022/05/africa-s-development-dynamics-2022_8e128a8d/e43b7c06-pt.pdf. Acesso em: 7 jun. 2025.

PECQUEUR, Bernard. *Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés*. *Économie rurale*, Paris, n. 261, p. 37–49, 2001. DOI: <https://doi.org/10.3406/ecoru.2001.5217>

PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R. Creating shared value. *Harvard Business Review*, Boston, v. 89, n. 1-2, p. 62–77, jan./feb. 2011.

RADHIKA, Aalathy Maloor; THOMAS, K. Jesy; RAJU, Rajesh K. Geographical indications as a strategy for market enhancement: lessons from rice GIs in Kerala. *Journal of World Intellectual Property*, v. 24, p. 221–236, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1111/jwip.12189>

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

ROGERS, Patricia. *Overview of impact evaluation*. Methodological Briefs: Impact Evaluation, n. 1. Florence: UNICEF Office of Research – Innocenti, 2014.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4. ed. 2. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. (Coleção Milton Santos, 1).

SEBRAE. *Diagnóstico técnico para avaliação do potencial de Indicação Geográfica do Cacau da Região Central de Rondônia*. Porto Velho: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2020.

SEBRAE. Data Sebrae: painel de indicações geográficas. Brasília: Sebrae, 2026. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZDA2MDk0M2YtYjBmYS00ZTFjLTThiOWQ0OGI1ZDQ0MTA3YWExIiwidCI6Ijk3Mjk4Mjc4LTFiZDctNGFjNS05MzViLTg4YWVrZDZlZWY2MzZjYyIsImMiOiR9>. Acesso em: 28 fev. 2026.

SNYDER, Hannah.

Literature review as a research methodology: An overview and guidelines.

Journal of Business Research, v. 104, p. 333–339, 2019.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

TRANFIELD, David; DENYER, David; SMART, Palminder. Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review.

British Journal of Management, v. 14, n. 3, p. 207–222, 2003. DOI:

<https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

TREGGAR, Angela; ARFINI, Filippo; BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea. Regional foods and rural development: the role of product qualification. *Journal of Rural Studies*, v. 23, n. 1, p. 12–22, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.09.010>.

VANDECANDELAERE, Emilie; ARFINI, Filippo; BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea. *Linking people, places and products: a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*. Rome: FAO, 2010. Disponível em: <https://www.fao.org/3/i1760e/i1760e.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2025.

WANG, Meng; GE, Jihong; FAN, Xuesen; HU, Wuyang. *Price premiums for geographical indication under the coexistence of self-claims and certification*. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, v. 69, p. 422–439, 2025.

WILKINSON, J. O estado, a agricultura e a pequena produção . Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008, 229 p. ISBN: 978-85-9966-271-7.

YIN, Robert K. *Pesquisa qualitativa do início ao fim*. Tradução: Daniel Bueno. Revisão técnica: Dirceu da Silva. Porto Alegre: Penso, 2016.

ZYLBERSZTAJN, Décio. Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da teoria dos custos de transação. 1995. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

APÊNDICES

APÊNDICE A – INTEGRAÇÃO DOS MODELOS E PÚBLICOS-ALVO DA APLICAÇÃO

Dimensão	Indicador	Métrica	Origem	Instrumento/ Público-alvo
Produção	Produtores	Quantidade de produtores em cada etapa na região geográfica da IG	Avaliação Sebrae	Entrevista Associação
		Tamanho dos produtores	FAO	Entrevista Produtores Análise dados secundários
		Quantidade de produtores cientes da iniciativa IG	FAO	Entrevista Associação
		Quantidade de produtores registrados para utilização do selo IG	FAO	Entrevista Associação
		Quantidade de produtores que utilizam o selo de IG	FAO	Entrevista Associação
	Volume de produção	Volume de produção do produto na área geográfica indicada?	Avaliação Sebrae/ Metodologia ESG	Entrevista Associação Entrevista Cooperativa
		Volume de produção com selo IG (arroba/tonelada)	FAO/Metodologia ESG	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Market share da produção	Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no estado	Avaliação Sebrae	Entrevista Associação Análise dados secundários
		Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no país?	Avaliação Sebrae	Entrevista Associação Análise dados secundários
	Valor da produção com selo IG	Valor da produção anual com selo IG R\$	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa

	Cadeia produtiva	Como se comporta a cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada?	Avaliação Sebrae	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores
	Custo de adequação e uso do selo da IG	Dificuldade com custo de adequação à IG	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores
		Dificuldade com custo de manutenção aos padrões e normas da IG	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores
Comercialização	Mercado geográfico	Novos mercados geográficos	FAO/Avaliação Sebrae	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Canais de marketing	Novos canais de marketing	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Crescimento do <i>market share</i>	Nº total de unidades que a empresa vendeu pelo total de unidades vendidas	Metodologia ESG	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Relação comercial	Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva?	Avaliação Sebrae	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores
	Produtos com IG vendidos	Total de produtos vendidos	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
		Total de produtos vendidos (por canal de marketing)	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
		Total de produtos vendidos (por característica do ponto de venda)	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Renda	R\$/ano	Metodologia ESG	Entrevista Produtores
	Faturamento	Evolução no faturamento (R\$/ano no mercado interno)	Metodologia ESG	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
		Evolução no faturamento (R\$/ano no mercado externo)	Metodologia ESG	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Lucro	Percentual de lucro sobre o faturamento dos produtos com IG	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa

	Outros efeitos econômicos	Diversificação de mercado	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
		Efeito em outros produtos da empresa	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
		Novos negócios e/ou iniciativas para geração de negócios ligados à IG	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
Agregação de valor	Prêmio de preço para produtos com IG (preço mais elevado)	Comparado a produtos similares	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
		Em diferentes estágios da cadeia de valor	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
		Em diferentes mercados	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Redução de abusos e imitações	Houve redução de abusos e imitações	FAO/Avaliação Sebrae	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	<i>Branding</i>	Realização de investimento estruturado em <i>branding</i>	Autor	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores
	Visibilidade do produto com IG	Percepção de aumento da visibilidade dos produtos com IG	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Distribuição do valor agregado ao longo da cadeia produtiva	% do valor final do produto que fica com cada elo (ex: produtor, beneficiador, vendedor)	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores
		Justiça na distribuição de valor agregado	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores
	Reconhecimento e valorização do consumidor	Qualidade percebida do produto com IG	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores
		Exigência dos compradores	Avaliação Sebrae	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores
		Disposição a pagar pelo produto com IG	FAO	Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores
		Aumento da reputação das empresas IG	FAO	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa
	Benefícios da IG	Percepção dos benefícios	Autor	Entrevista Associação Entrevista Produtores Entrevista Cooperativa Entrevista Compradores

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO ASSOCIAÇÃO

Instruções: esta entrevista visa coletar informações sobre a associação, seus membros e a relação com a Indicação Geográfica (IG). As respostas são confidenciais e serão usadas exclusivamente para fins de pesquisa acadêmica e pelo Sebrae, ajudando a entender os efeitos econômicos da IG e a propor estratégias para fortalecer o cacau da região. Agradecemos a colaboração do representante da associação.

Informações Gerais da Associação

- Nome da Associação: _____
- Ano de fundação: _____
- Município(s) de atuação principal: _____
- Número total de associados atualmente: _____
- Desses associados, quantos são produtores de cacau? _____

PRODUÇÃO

Produção

01. Qual número total de produtores de cacau na região geográfica de atuação da IG por ano?
2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

02. Dos produtores da região, quantos a associação estima que conhecem a IG? _____

03. Quantos associados produtores de cacau possuem registro para utilizar o selo da IG? _____

04. Desses, quantos utilizam efetivamente o selo da IG em sua comercialização? _____

05. Qual o volume total de produção de cacau pelos associados por ano (toneladas ou arrobas)? 2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

06. Desse total, qual o volume estimado produzido com o selo IG pelos associados (toneladas ou arrobas)? 2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

07. Qual o valor total aproximado da produção de cacau com selo IG dos seus associados (R\$)? 2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

08. A associação percebe que os produtores associados enfrentam dificuldades significativas com os custos para se adequar e/ou manter conformidade às normas da IG?

☐ Sim, muitos enfrentam dificuldades

☐ Sim, alguns enfrentam dificuldades

☐ Não, a maioria não relata dificuldades significativas

☐ Não sabe informar

* Se sim, quais as principais dificuldades relatadas e apoio que recebem? _____

09. Quais são os principais elos/atores da cadeia produtiva do cacau com IG? (Marque todos que se aplicam)

☐ Produtores

☐ Fornecedores de insumos

☐ Empresas de beneficiamento/processamento

☐ Compradores B2B (indústrias, chocolateiros, empórios)

☐ Exportadores/Traders

☐ Empresas de logística/transporte

☐ Instituições de pesquisa/assistência técnica

☐ Órgãos governamentais

☐ Outros: _____

10. Descreva brevemente a natureza da relação/interação entre os principais atores mencionados acima _____

Comercialização

11. A Indicação Geográfica tem contribuído para o alcance de novos mercados geográficos?

- () Sim, de forma significativa
 () Sim, mas de forma limitada
 () Não houve expansão perceptível

Se sim, indique em quais níveis ocorreram novos acessos de mercado:

- () Novos municípios dentro do estado
 () Novos estados ou regiões do país
 () Exportação ou mercados internacionais
 () Mercados turísticos
 () Outros: _____

Explique brevemente de que forma essa expansão ocorreu (ex.: novos canais, parcerias, eventos, plataformas digitais): _____

12. Qual volume de vendas de produtos com IG?

2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

13. A IG tem contribuído para conquista de novos canais de marketing? Sim () Não ()

Se sim, quais e com vem performando?

Canal de marketing	Volume estimado	Desempenho (ano a ano)
Venda na propriedade		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Turismo de experiência		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Feiras locais		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Feiras especializadas		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Loja física própria		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Empórios locais		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Chocolateiros		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Restaurantes e hotéis		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Atacadistas		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Distribuidores		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Supermercados		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Exportadores		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Compradores internacionais		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Marketplaces		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Loja virtual própria		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Loja de terceiros (física ou virtual)		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Redes sociais		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Outros _____		Aumentando () Estagnado () Em queda ()

14. A associação realiza ou participa de ações de promoção e marketing para o cacau com IG?

(Ex: feiras, material promocional, redes sociais, etc.)

- () Sim () Não

** Se sim, quais ações?* _____

15. A associação possui informações sobre a participação dos produtos com Indicação Geográfica no total de vendas do produto na região (*market share*)?

- () Sim

- () Não

Se sim, indique a estimativa aproximada:

- Número total de unidades vendidas com IG:
2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____
- Número total de unidades vendidas (com e sem IG):
- 2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

16. Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva? (quem compra de quem, percentuais, parcerias) _____

17. As relações comerciais entre os elos da cadeia produtiva da IG caracterizam-se por maior cooperação, dependência ou competição?

- ☐ Predomina a cooperação e a coordenação conjunta das ações
- ☐ Há equilíbrio entre cooperação e competição
- ☐ Predomina a dependência de determinados elos (por exemplo, compradores ou intermediários)
- ☐ As relações são frágeis, com pouca interação estruturada

Descreva exemplos que ilustrem essa relação: _____

18. A Indicação Geográfica tem impulsionado o surgimento de novos negócios, produtos, serviços ou parcerias voltadas à geração de renda e valorização do território?

- ☐ Sim, de forma significativa
- ☐ Sim, mas de forma limitada
- ☐ Não houve mudanças perceptíveis

Se sim, descreva as principais iniciativas e seus resultados: _____

Agregação de valor

19. Na percepção da associação, a IG ajudou a reduzir problemas de uso indevido do nome da região ou imitações do cacau local?

- ☐ Sim, significativamente
- ☐ Sim, um pouco
- ☐ Não houve mudança perceptível
- ☐ Não havia esse tipo de problema antes
- ☐ Não sabe informar

20. A Indicação Geográfica tem realizado ou estimulado investimentos estruturados em *branding* (marca coletiva, identidade visual, embalagens, campanhas de comunicação, etc.)?

- ☐ Sim, de forma significativa
- ☐ Sim, mas de forma limitada
- ☐ Não houve investimentos estruturados

Se sim, descreva as principais ações realizadas e seus resultados: _____

21. A associação percebe um aumento na visibilidade do cacau da região no mercado após a implementação da IG?

- ☐ Sim, um aumento significativo
- ☐ Sim, algum aumento
- ☐ Nenhuma mudança perceptível
- ☐ Não sabe informar

22. A associação percebe uma melhora na reputação do cacau e da região no mercado após a implementação da IG?

- ☐ Sim, um aumento significativo
- ☐ Sim, algum aumento
- ☐ Nenhuma mudança perceptível
- ☐ Não sabe informar

23. Na percepção da associação, como os benefícios econômicos gerados pela IG são distribuídos entre os cooperados?

- ☐ De forma bastante equitativa entre os participantes
- ☐ De forma razoavelmente equitativa, com algumas diferenças
- ☐ De forma concentrada em alguns cooperados/grupos
- ☐ Não há benefícios econômicos claros sendo distribuídos
- ☐ Não sabe informar

** Justificativa (opcional):* _____

24. A associação identificou o surgimento de novos negócios ou iniciativas na região que foram impulsionados ou estão ligados à IG (turismo, gastronomia, outros produtos, etc.)?

☐ Sim ☐ Não

* Se sim, quais? _____

25. Qual é o preço médio do produto com IG em cada elo da cadeia produtiva e como a associação avalia a distribuição desse valor?

Elo da cadeia	Preço médio (R\$ / unidade)	Percepção sobre a captura de valor
Produtor	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor
Beneficiador / Processador	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor
Distribuidor / Intermediário	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor
Varejista / Ponto de venda	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor
Outro	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor

26. A associação considera que a distribuição do valor agregado entre os elos da cadeia produtiva da Indicação Geográfica é justa e equilibrada?

☐ Sim, de forma significativa

☐ Parcialmente, com algumas distorções

☐ Não, há forte desigualdade na captura de valor

Se possível, explique por quê: _____

27. A associação percebe que a IG gerou outros efeitos na região, além dos econômicos diretos para os produtores? (Marque todos que se aplicam)

☐ Fortalecimento da identidade e orgulho local

☐ Estímulo ao turismo (rural, gastronômico)

☐ Surgimento de novos negócios ligados ao cacau (processamento, turismo, etc.)

☐ Melhoria da organização e cooperação entre produtores

☐ Maior preocupação com a conservação ambiental

☐ Atração de políticas públicas ou investimentos para a região

☐ Aumento elevado dos custos da terra

☐ Outro: _____

☐ Nenhum efeito indireto percebido

28. Na percepção da associação, quais são os principais benefícios que a IG trouxe ou pode trazer para os produtores associados? (Marque até 3 opções)

☐ Aumento do preço do cacau

☐ Maior facilidade de venda / Acesso a novos mercados

☐ Reconhecimento e valorização do produto da região

☐ Melhoria da qualidade do cacau

☐ Maior organização e união entre os produtores

☐ Acesso a assistência técnica ou capacitação

☐ Proteção contra uso indevido do nome da região

☐ Orgulho e fortalecimento da identidade local

- ☐ Outro: _____
- ☐ Nenhum benefício percebido até o momento

34. De forma geral, a avaliação da Associação sobre o retorno econômico da IG é:

- ☐ Muito positivo
- ☐ Positivo
- ☐ Neutro
- ☐ Negativo
- ☐ Muito negativo

* Justificativa (opcional): _____

Encerramento

A Associação tem alguma sugestão para melhorar o acesso a mercados da IG ou comentário adicional? _____

Grato pela colaboração

Instruções: esta entrevista visa coletar informações sobre a cooperativa, seus membros, operações e a relação com a Indicação Geográfica (IG). As respostas são confidenciais e serão usadas exclusivamente para fins de pesquisa acadêmica e pelo Sebrae, ajudando a entender os efeitos econômicos da IG e a propor estratégias para fortalecer o cacau da região. Agradecemos a colaboração do representante da cooperativa.

Informações gerais da Cooperativa

Nome da Cooperativa:

Ano de fundação:

Município(s) de atuação principal:

Número total de cooperados atualmente:

Desses cooperados, quantos são produtores de cacau?

Quantos dos cooperados produtores de cacau possuem o registro para usar o selo da IG?

Produção

01. Qual o volume total de produção de cacau pelos associados por ano (toneladas ou arrobas)?

2025 ____ 2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

02. Desse total, qual o volume estimado produzido com o selo IG pelos associados (toneladas ou arrobas)? 2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

03. Qual o valor total aproximado da produção de cacau com selo IG dos seus associados (R\$)? 2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____

04. Quais são os principais elos/atores da cadeia produtiva do cacau com os quais a cooperativa interage regularmente? (Marque todos que se aplicam)

☐ Produtores (cooperados e não cooperados)

☐ Fornecedores de insumos

☐ Empresas de beneficiamento/processamento (se a cooperativa não o faz)

☐ Compradores B2B (indústrias, chocolateiros, empórios)

☐ Exportadores/Traders

☐ Empresas de logística/transporte

☐ Instituições de pesquisa/assistência técnica

☐ Órgãos governamentais

☐ Outros: _____

05. Descreva brevemente a natureza da relação/interação da cooperativa com os principais atores mencionados acima (ex: fornecimento, compra, parceria, prestação de serviço, etc.).

06. A cooperativa teve custos significativos para se adequar ou para auxiliar os cooperados a se adequarem às normas da IG (infraestrutura, processos, certificação, etc.)?

☐ Sim ☐ Não

* Se sim, quais foram os principais custos/investimentos? _____

07. Existem custos recorrentes para a cooperativa manter a conformidade com a IG (taxas, auditorias, controle de qualidade, gestão)?

☐ Sim ☐ Não

* Se sim, quais os principais custos de manutenção? _____

Comercialização

08. A Indicação Geográfica tem contribuído para o alcance de novos mercados geográficos?

- () Sim, de forma significativa
 () Sim, mas de forma limitada
 () Não houve expansão perceptível

Se sim, indique em quais níveis ocorreram novos acessos de mercado:

- () Novos municípios dentro do estado
 () Novos estados ou regiões do país
 () Exportação ou mercados internacionais
 () Mercados turísticos
 () Outros: _____

Explique brevemente de que forma essa expansão ocorreu (ex.: novos canais, parcerias, eventos, plataformas digitais): _____

09. A IG tem contribuído para conquista de novos canais de marketing?

Sim () Não ()

Se sim, quais e como vem performando nos últimos anos?

Canal de marketing	Volume estimado	Desempenho (ano a ano)
Venda na propriedade		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Turismo de experiência		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Feiras locais		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Feiras especializadas		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Loja física própria		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Empórios locais		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Chocolateiros		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Restaurantes e hotéis		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Atacadistas		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Distribuidores		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Supermercados		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Exportadores		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Marketplaces		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Loja virtual própria		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Loja de terceiros (física ou virtual)		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Redes sociais		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Outros		Aumentando () Estagnado () Em queda ()

10. A cooperativa possui informações sobre a participação dos produtos com Indicação Geográfica no total de vendas do produto na região (*market share*)?

() Sim () Não

Se sim, indique a estimativa aproximada:

- Número total de unidades vendidas com IG: _____ (com e sem IG): _____

11. Qual foi o valor total das vendas anuais de produtos com selo IG no mercado interno (Brasil) nos últimos sete anos?

2024 R\$ ____ 2023 R\$ ____ 2022 R\$ ____ 2021 R\$ ____ 2020 R\$ ____ 2019 R\$ ____ 2018 R\$ ____

12. Qual foi o valor total das vendas anuais de produtos com selo IG para exportação nos últimos sete anos?

2024 R\$ ____ 2023 R\$ ____ 2022 R\$ ____ 2021 R\$ ____ 2020 R\$ ____ 2019 R\$ ____ 2018 R\$ ____

13. Quais os principais destinos geográficos das vendas de produtos com IG da cooperativa? (Marque todos que se aplicam)

- () Mercado local/regional ____ %
 (X) Mercado nacional (outros estados) BA 200T %
 () América do Sul ____ %
 () América do Norte ____ %
 () Europa ____ %

() Ásia ____ 350T %

() Outros: _____ %

14. Quais estratégias de marketing e promoção a cooperativa utiliza especificamente para os produtos com IG? _____

15. Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva? (quem compra de quem, percentuais, parcerias)? _____

16. As relações comerciais entre os elos da cadeia produtiva da IG caracterizam-se por maior cooperação, dependência ou competição?

() Predomina a cooperação e a coordenação conjunta das ações

() Há equilíbrio entre cooperação e competição

() Predomina a dependência de determinados elos (por exemplo, compradores ou intermediários)

() As relações são frágeis, com pouca interação estruturada

Descreva exemplos que ilustrem essa relação: _____

17. Qual é o percentual médio de lucro sobre o faturamento dos produtos com IG?

() Superior a 30%

() Entre 20% e 30%

() Entre 10% e 20%

() Inferior a 10%

() Não sabe informar

Se possível, indique como esse percentual se compara ao lucro obtido com produtos sem IG

() Maior () Igual () Menor

Explique brevemente: _____

18. A Indicação Geográfica tem contribuído para a diversificação dos mercados (ex.: novos segmentos, regiões, exportação, turismo, etc.)?

() Sim, de forma significativa

() Sim, mas de forma limitada

() Não houve diversificação perceptível

Se sim, indique quais novos mercados foram alcançados:

() Novas regiões dentro do país

() Exportação ou mercados internacionais

() Segmentos de turismo, gastronomia ou experiência

() Comércio eletrônico ou marketplaces

() Outros: _____

19. A Indicação Geográfica tem gerado efeitos positivos sobre outros produtos ou marcas (efeito “halo” ou de reputação)?

() Sim, de forma significativa

() Sim, mas de forma limitada

() Não houve efeitos perceptíveis

Se sim, de que forma?

() Aumento nas vendas de outros produtos

() Valorização da marca da empresa como um todo

() Ampliação da linha de produtos ou extensão de marca

() Reconhecimento em novos nichos de mercado

() Outros: _____

Agregação de valor

20. Em comparação com produtos similares sem Indicação Geográfica, qual é a diferença percentual média de preço obtida pelos produtos com IG?

Categoria de produto comparável	Exemplo ou referência utilizada	Diferença percentual média de preço dos produtos com IG
Produto in natura / matéria-prima	Ex.: cacau comum da região, não certificado	☐ IG tem preço menor ☐ Sem diferença ☐ Até 10% maior ☐ 11% a 20% maior ☐ 21% a 30% maior ☐ Acima de 30% ☐ Não sabe informar
Produto beneficiado / processado	Ex.: amêndoa, chocolate, derivados sem IG	
Produto artesanal / gourmet similar	Ex.: produtos artesanais ou premium sem selo IG	
Produto industrial / marca comercial	Ex.: produto industrializado de grande marca	

21. Considerando os diferentes estágios da cadeia de valor, qual é a diferença percentual média de preço obtida para produtos com IG em relação aos sem IG?

Estágio da cadeia de valor	Exemplo ou referência utilizada	Diferença percentual média de preço dos produtos com IG
Produção primária (produto in natura ou matéria-prima)	Preço pago ao produtor / cooperado	☐ IG tem preço menor ☐ Sem diferença ☐ Até 10% maior ☐ 11% a 20% maior ☐ 21% a 30% maior ☐ Acima de 30% ☐ Não sabe informar
Beneficiamento / transformação	Preço de venda do produto processado (ex.: amêndoa, polpa, derivados)	
Distribuição / comercialização intermediária	Valor praticado por atacadistas, distribuidores ou cooperativas de segundo nível	
Varejo / ponto de venda ao consumidor final	Preço final ao consumidor (mercado, loja, empório, e-commerce, turismo)	

22. Considerando os diferentes mercados de atuação, qual é a diferença percentual média de preço obtida para produtos com IG em relação a produtos sem IG??

Tipo de mercado	Diferença percentual média de preço dos produtos com IG
Mercado local (no território da IG)	☐ IG tem preço menor ☐ Sem diferença ☐ Até 10% maior ☐ 11% a 20% maior ☐ 21% a 30% maior ☐ Acima de 30% ☐ Não sabe informar
Mercado regional (outros municípios do estado)	
Mercado nacional (outros estados)	
Mercado internacional (exportação)	

23. Na percepção da cooperativa, a IG ajudou a reduzir problemas de uso indevido do nome da região ou imitações do cacau local?

- ☐ Sim, significativamente
☐ Sim, um pouco
☐ Não houve mudança perceptível
☐ Não havia esse tipo de problema antes
☐ Não sabe informar

23. A Indicação Geográfica tem realizado ou estimulado investimentos estruturados em *branding* (marca coletiva, identidade visual, embalagens, campanhas de comunicação etc.)?

- ☐ Sim, de forma significativa
☐ Sim, mas de forma limitada
☐ Não houve investimentos estruturados

Se sim, descreva as principais ações realizadas e seus resultados: _____

24. A cooperativa percebe um aumento na visibilidade do cacau da região no mercado após a implementação da IG?

- () Sim, um aumento significativo
 () Sim, algum aumento
 () Nenhuma mudança perceptível
 () Não sabe informar

25. A cooperativa percebe uma melhora na reputação do cacau e da região no mercado após a implementação da IG?

- () Sim, um aumento significativo
 () Sim, algum aumento
 () Nenhuma mudança perceptível
 () Não sabe informar

26. Na percepção da cooperativa, como os benefícios econômicos gerados pela IG são distribuídos entre os cooperados?

- () De forma bastante equitativa entre os participantes
 () De forma razoavelmente equitativa, com algumas diferenças
 () De forma concentrada em alguns cooperados/grupos
 () Não há benefícios econômicos claros sendo distribuídos
 () Não sabe informar

* *Justificativa (opcional)*: _____

27. Qual é o preço médio do produto com IG em cada elo da cadeia produtiva e como a cooperativa avalia a distribuição desse valor?

Elo da cadeia	Preço médio (R\$ / unidade)	Percepção sobre a captura de valor
Produtor	R\$ _____	() Retém pouco valor () Retém valor justo () Retém maior valor
Beneficiador / Processador	R\$ _____	() Retém pouco valor () Retém valor justo () Retém maior valor
Distribuidor / Intermediário	R\$ _____	() Retém pouco valor () Retém valor justo () Retém maior valor
Varejista / Ponto de venda	R\$ _____	() Retém pouco valor () Retém valor justo () Retém maior valor
Outro	R\$ _____	() Retém pouco valor () Retém valor justo () Retém maior valor

28. Na visão da cooperativa, os compradores percebem que o produto com IG apresenta:

- () Qualidade significativamente superior ao produto sem IG
 () Qualidade um pouco superior
 () Qualidade similar
 () Qualidade inferior

29. Na visão da cooperativa, os compradores (indústrias, chocolateiros, exportadores) têm exigido ou valorizado o selo IG ao comprar da cooperativa?

- () Sim, é um diferencial importante para muitos compradores
 () Sim, alguns compradores valorizam, mas não é decisivo
 () Não, a maioria dos compradores não demonstra interesse específico pelo selo
 () Não sabe informar

30. A cooperativa percebe que os compradores estão dispostos a pagar um preço melhor pelos produtos com selo IG?

- ☐ Sim, geralmente pagam um prêmio significativo
☐ Sim, pagam um pequeno prêmio
☐ Não há diferença de preço significativa
☐ Não sabe informar
31. A cooperativa percebe que a IG gerou outros efeitos na região, além dos econômicos diretos para os produtores? (Marque todos que se aplicam)
- ☐ Fortalecimento da identidade e orgulho local
☐ Estímulo ao turismo (rural, gastronômico)
☐ Surgimento de novos negócios ligados ao cacau (processamento, turismo, etc.)
☐ Melhoria da organização e cooperação entre produtores
☐ Maior preocupação com a conservação ambiental
☐ Atração de políticas públicas ou investimentos para a região
☐ Aumento elevado dos custos da terra
☐ Outro: _____
☐ Nenhum efeito indireto percebido
32. A cooperativa identificou o surgimento de novos negócios ou iniciativas na região que foram impulsionados ou estão ligados à IG (turismo, gastronomia, outros produtos, etc.)?
- ☐ Sim ☐ Não * *Se sim, quais?* Turismo, chocolate, gastronomia _____
33. Na percepção da cooperativa, quais são os principais benefícios que a IG trouxe ou pode trazer para a cooperativa? (Marque até 3 opções)
- ☐ Aumento do preço do cacau
☐ Maior facilidade de venda / Acesso a novos mercados
☐ Reconhecimento e valorização do produto da região
☐ Melhoria da qualidade do cacau
☐ Maior organização e união entre os produtores
☐ Acesso a assistência técnica ou capacitação
☐ Proteção contra uso indevido do nome da região
☐ Orgulho e fortalecimento da identidade local
☐ Outro: _____
☐ Nenhum benefício percebido até o momento
34. De forma geral, a avaliação da cooperativa sobre o retorno econômico da IG é:
- ☐ Muito positivo
☐ Positivo
☐ Neutro
☐ Negativo
☐ Muito negativo
- * *Justificativa (opcional):* _____

Encerramento

A cooperativa tem alguma sugestão para melhorar o acesso a mercados da IG ou comentário adicional? _____

APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA PRODUTORES

Instruções: esta entrevista visa coletar informações sobre você, sua produção e comercialização, bem como a relação com a Indicação Geográfica. As respostas são confidenciais e serão usadas exclusivamente para fins de pesquisa acadêmica e pelo Sebrae, ajudando a entender os efeitos econômicos da IG e a propor estratégias para fortalecer o cacau da região. Agradecemos a sua colaboração.

Informações gerais do produtor

- Nome do produtor (Opcional): _____
- Idade: _____
- Gênero: () Feminino () Masculino () Outro () Prefere não dizer
- Naturalidade (UF): _____
- Tempo de residência na área da IG (anos): _____
- Tempo de atuação como produtor do produto com IG: _____
- Participa de alguma cooperativa? () Sim () Não. Se sim, qual? _____
- Há jovens ou familiares envolvidos na produção/comercialização? () Sim () Não
- Município onde a propriedade está localizada: _____
- Você se considera parte do território da IG? () Sim () Não
- O selo da IG reforçou o sentimento de orgulho ou identidade local? () Sim () Não

PRODUÇÃO

01. Qual o tamanho total da sua propriedade (em hectares)? _____
02. Qual a área total cultivada com cacau na sua propriedade (em hectares)? _____
03. Quantas pessoas trabalham diretamente na produção de cacau na sua propriedade (incluindo mão de obra familiar e contratada)? _____
04. Qual seu volume total de produção de cacau por ano (toneladas ou arrobas)?
2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____
05. Desse total, qual seu volume estimado produzido com o selo IG (toneladas ou arrobas)?
2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____
06. Qual o valor total aproximado da sua produção de cacau com selo IG (R\$)?
2024 ____ 2023 ____ 2022 ____ 2021 ____ 2020 ____ 2019 ____ 2018 ____
07. Você utiliza o selo da IG ao comercializar sua produção?
() Sim, em toda a produção que segue as normas
() Sim, em parte da produção que segue as normas
() Não utilizo o selo, mesmo produzindo conforme as normas
() Não produzo conforme as normas da IG
* Se não utiliza o selo ou utiliza apenas em parte, por quê? _____
08. Quais são os principais elos/atores da cadeia produtiva do cacau com os quais interage regularmente? (Marque todos que se aplicam)
() Produtores (cooperados e não cooperados)
() Fornecedores de insumos
() Empresas de beneficiamento/processamento (se a cooperativa não o faz)
() Compradores B2B (indústrias, chocolateiros, empórios)
() Exportadores/Traders
() Empresas de logística/transporte
() Instituições de pesquisa/assistência técnica
() Órgãos governamentais
() Outros: _____

09. Descreva brevemente a natureza da relação/interação da cooperativa com os principais atores mencionados acima (ex: fornecimento, compra, parceria, prestação de serviço, etc.).

10. Você enfrentou custos adicionais para se adequar às normas da IG (investimentos, mudanças no manejo, documentação, etc.)?

☐ Sim ☐ Não

11. Existem custos recorrentes para manter a conformidade com a IG (taxas, auditorias, assistência técnica específica, etc.)?

☐ Sim ☐ Não

12. Considerando os custos para produzir seguindo as normas da IG, você avalia que o lucro obtido com o produto com IG:

☐ Compensa plenamente os custos mais elevados

☐ Compensa parcialmente os custos mais elevados

☐ Não compensa os custos mais elevados

☐ É equivalente ao do produto comum, pois não há diferença relevante de custo

☐ Não sabe informar

Comercialização

13. Quais produtos e derivados você comercializou no último ano? (Marque todos que se aplicam)

Amêndoas ☐ ☐ sem selo IG

Nibs ☐ ☐ sem selo IG

Licor/Massa ☐ ☐ sem selo IG

Manteiga ☐ ☐ sem selo IG

Cacau em pó ☐ ☐ sem selo IG

Chocolate ☐ ☐ sem selo IG

☐ Outros. Quais? _____ ☐ ☐ sem selo IG

14. A Indicação Geográfica tem contribuído para o alcance de novos mercados geográficos?

☐ Sim, de forma significativa

☐ Sim, mas de forma limitada

☐ Não houve expansão perceptível

Se sim, indique em quais níveis ocorreram novos acessos de mercado:

☐ Novos municípios dentro do estado

☐ Novos estados ou regiões do país

☐ Exportação ou mercados internacionais

☐ Mercados turísticos

☐ Outros: _____

Explique brevemente de que forma essa expansão ocorreu (ex.: novos canais, parcerias, eventos, plataformas digitais): _____

15. A IG tem contribuído para conquista de novos canais de marketing?

Sim ☐ Não ☐

Se sim, quais e como vem performando nos últimos anos?

Canal de marketing/ponto de venda	Volume estimado	Desempenho (ano a ano)
Venda na propriedade		Aumentando ☐ Estagnado ☐ Em queda ☐
Turismo de experiência		Aumentando ☐ Estagnado ☐ Em queda ☐
Feiras locais		Aumentando ☐ Estagnado ☐ Em queda ☐
Feiras especializadas		Aumentando ☐ Estagnado ☐ Em queda ☐
Loja física própria		Aumentando ☐ Estagnado ☐ Em queda ☐
Empórios locais		Aumentando ☐ Estagnado ☐ Em queda ☐
Chocolateiros		Aumentando ☐ Estagnado ☐ Em queda ☐

Restaurantes e hotéis		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Atacadistas		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Distribuidores		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Supermercados		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Exportadores		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Marketplaces		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Loja virtual própria		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Loja de terceiros (física ou virtual)		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Redes sociais		Aumentando () Estagnado () Em queda ()
Outros		Aumentando () Estagnado () Em queda ()

16. Qual foi o faturamento total das vendas anuais de produtos com selo IG no mercado interno (Brasil) nos últimos sete anos?

2024 R\$ ____ 2023 R\$ ____ 2022 R\$ ____ 2021 R\$ ____ 2020 R\$ ____ 2019 R\$ ____ 2018 R\$ ____

17. Qual foi o faturamento total das vendas anuais de produtos com selo IG para exportação nos últimos sete anos?

2024 R\$ ____ 2023 R\$ ____ 2022 R\$ ____ 2021 R\$ ____ 2020 R\$ ____ 2019 R\$ ____ 2018 R\$ ____

18. Quais os principais destinos geográficos das suas vendas de produtos com IG? (Marque todos que se aplicam)

() Mercado local/regional ____ %

() Mercado nacional (outros estados) ____ %

() América do Sul ____ %

() América do Norte ____ %

() Europa ____ %

() Ásia ____ %

() Outros: _____ %

19. Quais estratégias de marketing e promoção você utiliza especificamente para os produtos com IG? _____

20. Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva? (quem compra de quem, percentuais, parcerias)? _____

21. As relações comerciais entre os elos da cadeia produtiva da IG caracterizam-se por maior cooperação, dependência ou competição?

() Predomina a cooperação e a coordenação conjunta das ações

() Há equilíbrio entre cooperação e competição

() Predomina a dependência de determinados elos (por exemplo, compradores ou intermediários)

() As relações são frágeis, com pouca interação estruturada

Descreva exemplos que ilustrem essa relação: _____

22. Qual é o percentual médio de lucro sobre o faturamento dos produtos com IG?

() Superior a 30%

() Entre 20% e 30%

() Entre 10% e 20%

() Inferior a 10%

() Não sabe informar

Se possível, indique como esse percentual se compara ao lucro obtido com produtos sem IG

() Maior () Igual () Menor

Explique brevemente: _____

23. A Indicação Geográfica tem contribuído para a diversificação dos mercados (ex.: novos segmentos, regiões, exportação, turismo, etc.)?

() Sim, de forma significativa

() Sim, mas de forma limitada

() Não houve diversificação perceptível

Se sim, indique quais novos mercados foram alcançados:

- () Novas regiões dentro do país
 () Exportação ou mercados internacionais
 () Segmentos de turismo, gastronomia ou experiência
 () Comércio eletrônico ou marketplaces
 () Outros: _____

24. A Indicação Geográfica tem gerado efeitos positivos sobre outros produtos ou marcas (efeito “halo” ou de reputação)?

- () Sim, de forma significativa
 () Sim, mas de forma limitada
 () Não houve efeitos perceptíveis

Se sim, de que forma?

- () Aumento nas vendas de outros produtos
 () Valorização da marca da empresa como um todo
 () Ampliação da linha de produtos ou extensão de marca
 () Reconhecimento em novos nichos de mercado
 () Outros: _____

25. Você identificou o surgimento de novos negócios ou iniciativas na região que foram impulsionados ou estão ligados à IG (turismo, gastronomia, outros produtos, etc.)?

- () Sim () Não

* Se sim, quais? _____

Agregação de valor

26. Em comparação com produtos similares sem Indicação Geográfica, qual é a diferença percentual média de preço obtida pelos produtos com IG?

Categoria de produto comparável	Exemplo ou referência utilizada	Diferença percentual média de preço dos produtos com IG
Produto in natura / matéria-prima	Ex.: cacau comum da região, não certificado	() IG tem preço menor () Sem diferença () Até 10% maior () 11% a 20% maior () 21% a 30% maior () Acima de 30% () Não sabe informar
Produto beneficiado / processado	Ex.: amêndoa, chocolate, derivados sem IG	
Produto artesanal / gourmet similar	Ex.: produtos artesanais ou premium sem selo IG	
Produto industrial / marca comercial	Ex.: produto industrializado de grande marca	

27. Considerando os diferentes estágios da cadeia de valor, qual é a diferença percentual média de preço obtida para produtos com IG em relação aos sem IG?

Estágio da cadeia de valor	Exemplo ou referência utilizada	Diferença percentual média de preço dos produtos com IG
Produção primária (produto in natura ou matéria-prima)	Preço pago ao produtor / cooperado	() IG tem preço menor () Sem diferença () Até 10% maior () 11% a 20% maior () 21% a 30% maior () Acima de 30% () Não sabe informar
Beneficiamento / transformação	Preço de venda do produto processado (ex.: amêndoa, polpa, derivados)	
Distribuição / comercialização intermediária	Valor praticado por atacadistas, distribuidores ou cooperativas de segundo nível	

Varejo / ponto de venda ao consumidor final	Preço final ao consumidor (mercado, loja, empório, e-commerce, turismo)	
---	---	--

28. Considerando os diferentes mercados de atuação, qual é a diferença percentual média de preço obtida para produtos com IG em relação a produtos sem IG?

Tipo de mercado	Diferença percentual média de preço dos produtos com IG
Mercado local (no território da IG)	☐ IG tem preço menor ☐ Sem diferença ☐ Até 10% maior ☐ 11% a 20% maior ☐ 21% a 30% maior ☐ Acima de 30% ☐ Não sabe informar
Mercado regional (outros municípios do estado)	
Mercado nacional (outros estados)	
Mercado internacional (exportação)	

29. Na sua percepção, a IG ajudou a reduzir problemas de uso indevido do nome da região ou imitações do cacau local?

- ☐ Sim, significativamente
☐ Sim, um pouco
☐ Não houve mudança perceptível
☐ Não havia esse tipo de problema antes
☐ Não sabe informar

30. A Indicação Geográfica tem realizado ou estimulado investimentos estruturados em *branding* (marca coletiva, identidade visual, embalagens, campanhas de comunicação etc.)?

- ☐ Sim, de forma significativa
☐ Sim, mas de forma limitada
☐ Não houve investimentos estruturados

Se sim, descreva as principais ações realizadas e seus resultados: _____

31. Você percebe um aumento na visibilidade do cacau da região no mercado após a implementação da IG?

- ☐ Sim, um aumento significativo
☐ Sim, algum aumento
☐ Nenhuma mudança perceptível
☐ Não sabe informar

32. Você percebe uma melhora na reputação do cacau e da região no mercado após a implementação da IG?

- ☐ Sim, um aumento significativo
☐ Sim, algum aumento
☐ Nenhuma mudança perceptível
☐ Não sabe informar

33. Na sua percepção, como os benefícios econômicos gerados pela IG são distribuídos nos elos da cadeia?

- ☐ De forma bastante equitativa entre os participantes
☐ De forma razoavelmente equitativa, com algumas diferenças
☐ De forma concentrada em alguns grupos
☐ Não há benefícios econômicos claros sendo distribuídos
☐ Não sabe informar

* Justificativa (opcional): _____

34. Qual é o preço médio do produto com IG em cada elo da cadeia produtiva e como a você avalia a distribuição desse valor?

Elo da cadeia	Preço médio (R\$ / unidade)	Percepção sobre a captura de valor
Produtor	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor
Beneficiador / Processador	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor
Distribuidor / Intermediário	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor
Varejista / Ponto de venda	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor
Outro	R\$ _____	☐ Retém pouco valor ☐ Retém valor justo ☐ Retém maior valor

35. Você percebe que a renda familiar proveniente da produção com IG:

- ☐ Aumentou de forma significativa após o reconhecimento da IG
- ☐ Aumentou, mas de forma limitada
- ☐ Permaneceu estável
- ☐ Diminuiu
- ☐ Não sabe informar

Se possível, indique qual percentual aproximado da renda familiar total vem da atividade com IG: ☐ Até 25% ☐ 26–50% ☐ 51–75% ☐ Acima de 75%

36. Na sua visão, os compradores percebem que o produto com IG apresenta:

- ☐ Qualidade significativamente superior ao produto sem IG
- ☐ Qualidade um pouco superior
- ☐ Qualidade similar
- ☐ Qualidade inferior

37. Na sua visão, os compradores (indústrias, chocolateiros, exportadores) têm exigido ou valorizado o selo IG ao comprar de você?

- ☐ Sim, é um diferencial importante para muitos compradores
- ☐ Sim, alguns compradores valorizam, mas não é decisivo
- ☐ Não, a maioria dos compradores não demonstra interesse específico pelo selo
- ☐ Não sabe informar

38. Você percebe que os compradores estão dispostos a pagar um preço melhor pelos produtos com selo IG?

- ☐ Sim, geralmente pagam um prêmio significativo
- ☐ Sim, pagam um pequeno prêmio
- ☐ Não há diferença de preço significativa
- ☐ Não sabe informar

39. Você percebe que a IG gerou outros efeitos na região, além dos econômicos diretos para os produtores? (Marque todos que se aplicam)

- ☐ Fortalecimento da identidade e orgulho local
- ☐ Estímulo ao turismo (rural, gastronômico)
- ☐ Surgimento de novos negócios ligados ao cacau (processamento, turismo, etc.)
- ☐ Melhoria da organização e cooperação entre produtores
- ☐ Maior preocupação com a conservação ambiental
- ☐ Atração de políticas públicas ou investimentos para a região

☐ Aumento elevado dos custos da terra

☐ Outro: _____

☐ Nenhum efeito indireto percebido

40. Na sua percepção, quais são os principais benefícios que a IG trouxe ou pode trazer para a cooperativa? (Marque até 3 opções)

☒ Aumento do preço do cacau

☐ Maior facilidade de venda / Acesso a novos mercados

☒ Reconhecimento e valorização do produto da região

☐ Melhoria da qualidade do cacau

☐ Maior organização e união entre os produtores

☐ Acesso a assistência técnica ou capacitação

☐ Proteção contra uso indevido do nome da região

☒ Orgulho e fortalecimento da identidade local

☐ Outro: _____

☐ Nenhum benefício percebido até o momento

41. De forma geral, a sua avaliação sobre o retorno econômico da IG é:

☐ Muito positivo

☐ Positivo

☐ Neutro

☐ Negativo

☐ Muito negativo

* *Justificativa (opcional):* _____

Encerramento

Você tem alguma sugestão para melhorar o acesso a mercados da IG ou comentário adicional? _____

APÊNDICE E – ROTEIRO DE ENTREVISTA COMPRADORES

Instruções: esta entrevista visa coletar informações sobre sua empresa, seu comportamento de compra em relação ao cacau e sua percepção sobre a Indicação Geográfica (IG). As respostas são confidenciais e serão usadas exclusivamente para fins de pesquisa acadêmica e pelo Sebrae, ajudando a entender os efeitos econômicos da IG e a propor estratégias para fortalecer o cacau da região. Agradecemos sua colaboração.

1. Perfil do Respondente e da Empresa

- 1.1. Nome da empresa: _____
- 1.2. CNPJ (Opcional): _____
- 1.3. Nome do respondente: _____
- 1.4. Cargo/função na empresa: _____
- 1.5. Estado e cidade de atuação principal da empresa: _____
- 1.6. Há quanto tempo a empresa atua no setor de cacau/chocolate (anos)? _____
- 1.7. Qual o principal segmento de atuação da sua empresa? (marque uma opção)
 - ☐ Indústria de processamento de cacau (produz licor, manteiga, pó)
 - ☐ Indústria de chocolate (grande escala)
 - ☐ Chocolateiro artesanal/*Bean-to-bar*
 - ☐ Confeitaria/Doceria
 - ☐ Empório/Loja especializada em produtos gourmet
 - ☐ Food service (Restaurantes, Hotéis)
 - ☐ Distribuidor/Atacadista
 - ☐ Exportador/*Trader*
 - ☐ Outro: _____

Comercialização

01. Quais tipos de produtos ou subprodutos do cacau sua empresa adquire regularmente? (Marque todos que se aplicam)
 - ☐ Amêndoas de cacau (fermentadas e secas)
 - ☐ Nibs de cacau
 - ☐ Licor (massa) de cacau
 - ☐ Manteiga de cacau
 - ☐ Cacau em pó
 - ☐ Chocolate de origem (produzido por terceiros)
 - ☐ Outro: _____
02. Qual o volume médio mensal (aproximado) de amêndoas de cacau (ou equivalente) adquirido pela sua empresa (kg)? _____
03. Com que frequência sua empresa realiza compras de cacau/derivados?
 - ☐ Semanalmente
 - ☐ Quinzenalmente
 - ☐ Mensalmente
 - ☐ Trimestralmente
 - ☐ Semestralmente
 - ☐ Conforme a demanda / Sem frequência definida
04. Quais canais sua empresa utiliza para encontrar e contatar fornecedores de cacau? (Marque todos que se aplicam)
 - ☐ Contato direto com produtores/cooperativas conhecidos
 - ☐ Indicação de outros profissionais do setor
 - ☐ Participação em feiras e eventos do setor

☐ Pesquisa em plataformas online / Redes sociais

☐ Através de representantes comerciais / Brokers

☐ Outro: _____

05. Atualmente, de quais principais regiões ou estados brasileiros sua empresa adquire cacau?

06. Sua empresa tem conhecimento sobre o conceito de Indicação Geográfica (IG) para produtos agroalimentares?

☐ Sim, conheço bem o conceito

☐ Sim, tenho alguma noção

☐ Não conheço o conceito

07. Você tem conhecimento específico sobre as Indicações Geográficas de cacau da Amazônia, a IG Cacau de Tomé-Açu (PA) ou a IG Rondônia Cacau (RO)?

☐ Sim, conheço ambas

☐ Sim, conheço apenas a IG Tomé-Açu

☐ Sim, conheço apenas a IG Rondônia Cacau

☐ Não conheço nenhuma especificamente

08. Sua empresa já adquiriu ou adquire regularmente cacau (amêndoas ou derivados) identificado com o selo de alguma IG brasileira?

☐ Sim, adquirimos regularmente

☐ Sim, já adquirimos esporadicamente

☐ Não, nunca adquirimos

** Se respondeu "Sim", qual(is) IG(s) sua empresa adquiriu/adquire? _____*

** Se respondeu "Sim", qual o percentual aproximado do cacau com selo IG em relação ao volume total de cacau adquirido pela sua empresa?*

☐ Menos de 10%

☐ Entre 10% e 30%

☐ Entre 31% e 50%

☐ Mais de 50%

☐ Não sei estimar

09. Quais fatores motivaram ou motivariam sua empresa a comprar cacau com selo IG?

(Ordene os 3 principais, sendo 1 o mais importante)

☐ Qualidade sensorial superior/diferenciada

☐ Origem específica e rastreabilidade garantida

☐ Associação com práticas de sustentabilidade (ambiental/social)

☐ História/Narrativa única do produto e do território

☐ Exclusividade/Diferenciação no mercado

☐ Apoio a pequenos produtores/comunidades locais

☐ Exigência dos meus próprios clientes

☐ Outro: _____

10. Quais são os principais desafios ou barreiras que sua empresa enfrenta ou enfrentaria para adquirir cacau com selo IG? (Ordene os 3 principais, sendo 1 o mais importante)

☐ Preço mais elevado em comparação ao cacau comum

☐ Disponibilidade limitada / Dificuldade de encontrar fornecedores

☐ Logística de transporte / Custos de frete

☐ Falta de informação clara sobre as IGs e seus benefícios

☐ Inconsistência na qualidade ou volume entre safras

☐ Burocracia ou dificuldade no processo de compra

☐ Falta de demanda dos meus próprios clientes por produtos com IG

☐ Outro: _____

11. Ao escolher um fornecedor de cacau ou derivados, qual a importância dos seguintes atributos para sua empresa? (Use a escala: 1=Pouco importante; 2=Importante; 3=Muito importante)

- * Preço competitivo: () 1 () 2 () 3
- * Qualidade sensorial (sabor, aroma, textura): () 1 () 2 () 3
- * Consistência da qualidade entre lotes/safras: () 1 () 2 () 3
- * Origem geográfica específica / *Terroir*: () 1 () 2 () 3
- * Certificação (Orgânico, Fair Trade, IG, etc.): () 1 () 2 () 3
- * Práticas de sustentabilidade (ambiental, social): () 1 () 2 () 3
- * Rastreabilidade da cadeia produtiva: () 1 () 2 () 3
- * História/Narrativa associada ao produto/produtor: () 1 () 2 () 3
- * Relacionamento de longo prazo com o fornecedor: () 1 () 2 () 3

Agregação de valor

12. Em sua experiência (se houver), você percebe uma diferença consistente na qualidade (sensorial, física) do cacau com selo IG em comparação com o cacau comum da mesma região ou de outras origens?

- () Sim, a qualidade do cacau com IG é consistentemente superior
- () Sim, a qualidade do cacau com IG costuma ser melhor, mas pode variar
- () Não percebo diferença significativa de qualidade
- () A qualidade do cacau comum às vezes é até melhor
- () Não tenho experiência suficiente para comparar

13. Sua empresa estaria disposta a pagar um preço premium (acima da média do mercado para cacau de qualidade similar sem IG) pelo cacau com selo IG, considerando os benefícios que ele pode trazer (qualidade, história, sustentabilidade, etc.)?

- () Sim, pagaria um premium de até 10%
- () Sim, pagaria um premium entre 11% e 20%
- () Sim, pagaria um premium entre 21% e 30%
- () Sim, pagaria um premium acima de 30%
- () Não, não estamos dispostos a pagar premium pelo selo IG
- () Depende de outros fatores (*Quais?* _____)

14. Sua empresa utiliza a informação da Indicação Geográfica (origem específica, selo IG) na comunicação ou marketing dos seus produtos finais que utilizam esse cacau?

- () Sim, sempre destacamos a IG
- () Sim, destacamos às vezes ou em alguns produtos
- () Não, não utilizamos essa informação no marketing
- () Não se aplica (não usamos cacau com IG)

* Se respondeu “Sim”, de que forma essa informação é utilizada? (Marque todas que se aplicam)

- () Na embalagem do produto final
- () Em materiais promocionais (folders, site, etc.)
- () Nas redes sociais da empresa
- () Em eventos ou degustações
- () Na argumentação de vendas
- () Outro: _____

* Se respondeu “Sim”, qual o impacto percebido dessa comunicação nos seus clientes ou nas vendas? (Ex: maior interesse, valorização, disposição a pagar mais etc.)

15. Na sua visão como comprador, o que os produtores, associações ou cooperativas das regiões com IG poderiam fazer para aumentar a visibilidade e o reconhecimento do cacau certificado no mercado B2B? _____

16. Que tipo de informação, garantia ou serviço adicional relacionado ao cacau com IG seria mais valioso para sua empresa ao tomar a decisão de compra? _____

17. Você acredita que a demanda por cacau com Indicação Geográfica (ou com atributos de origem e sustentabilidade comprovados) tende a crescer no seu segmento de mercado nos próximos 5 anos?

☐ Sim, acredito em um crescimento significativo

☐ Sim, acredito em um crescimento moderado

☐ Acredito que a demanda permanecerá estável

☐ Acredito que a demanda pode diminuir

☐ Não sei avaliar

* Por quê? _____

Considerações Finais

Você gostaria de adicionar algum comentário, crítica ou sugestão sobre as Indicações Geográficas de cacau, a relação com fornecedores dessas regiões, ou sobre esta pesquisa?

Muito obrigado pela participação!