



UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO

LILIANE BARBOSA DOS SANTOS GADELHA

**ESTRATÉGIAS DE VALORAÇÃO DOS PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS DAS
MULHERES RURAIS DO ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA EM RORAIMA
ATRAVÉS DO REGISTRO DE MARCA COLETIVA**

BOA VISTA - RR

2021



UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO

LILIANE BARBOSA DOS SANTOS GADELHA

**ESTRATÉGIAS DE VALORAÇÃO DOS PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS DAS
MULHERES RURAIS DO ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA EM RORAIMA
ATRAVÉS DO REGISTRO DE MARCA COLETIVA**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação, do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT) – no ponto focal da Universidade Federal de Roraima.

Orientador: Prof. Dr. Eliseu Adilson Sandri
Co-Orientadora: Profa. Dra Kelly Lissandra Bruch

BOA VISTA - RR

2021

Dados Internacionais de Catalogação na publicação (CIP)
Biblioteca Central da Universidade Federal de Roraima

G124e Gadelha, Liliane Barbosa dos Santos.

Estratégias de valoração dos produtos agroindustriais das mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia em Roraima através do registro de marca coletiva / Liliane Barbosa dos Santos Gadelha. – Boa Vista, 2021.

100 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Eliseu Adilson Sandri.

Co-Orientador(a): Profa. Dra Kelly Lissandra Bruch.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Roraima, Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação.

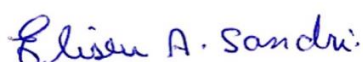
1 – Mulheres Rurais. 2 – Agroindústria. 3 – Marca Coletiva. 4 – Regulamento de Uso de Marca. 5 – Valoração. I – Título. II – Sandri, Eliseu Adilson (orientador). III – Bruch, Kelly Lissandra (co-orientadora).

Ficha Catalográfica elaborada pela Bibliotecário/Documentalista:
Elton Bentes Neves – CRB-11/641 - AM

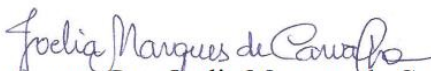
LILIANE BARBOSA DOS SANTOS GADELHA

**ESTRATÉGIAS DE VALORAÇÃO DOS PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS DAS
MULHERES RURAIS DO ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA EM RORAIMA
ATRAVÉS DO REGISTRO DE MARCA COLETIVA**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT), como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação no ponto focal da Universidade Federal de Roraima, defendida em 15 de dezembro de 2021 e avaliada pela seguinte banca.



Professor Dr. Eliseu Adilson Sandri
PROFNIT/UFRR



Professora Dra. Joelia Marques de Carvalho

PROFNIT /IFCE



Professora Dra. Cristiane Borges Braga

PROFNIT /IFCE

“Agradeço ao apoio, carinho e amor
incondicional, e todos os sacrifícios que fez
por mim, sendo para mim a mulher referência
que lutou e conquistou seus ideais de vida”.
Obrigada Mãe! Leila Maria Carvalho Barbosa
(in memoriam)

AGRADECIMENTOS

Ano 2021, ano de superação e gratidão pela vida, graças a Deus, o maior orientador e doador vida, e ao avanço da ciência em dar uma solução para os acometimentos e perdas causada por essa pandemia mundial. Muitas pessoas foram acometidas pelo COVID-19, inclusive eu, foram momentos de incertezas, mas hoje estou aqui, concluindo este projeto de vida, a qualificação no mestrado PROFNIT/UFRR.

Registro meus agradecimentos aos meus pais, Valter Gomes e Leila Maria (*in memoriam*), minhas irmãs Valterlândia Barbosa e Bruna Santos, se fizeram presentes me apoiando mesmo à distância. A minha família, nas pessoas de Cleiterson Gadelha, marido apoiador, de meus filhos Layla, Leonardo e Loyse Barbosa, minhas motivações para superar este desafio e ser tornar mais uma referência para eles.

Ao Prof. Dr. Eliseu Adilson Sandri, UFRR, pelos ensinamentos que permitiram-me alcançar um melhor desempenho no processo de formação acadêmica ao longo do curso. A Profa. Dra Kelly Lissandra Bruch, UFRGS, pela disponibilidade e atenção nos procedimentos executados para o alcance deste resultado. Aos docentes do Programa PROFNIT-UFRR, pela dedicação e contribuições ofertadas no desenvolver do curso.

Aos mestrandos, com quem convivi intensamente durante esses últimos anos, pelo companheirismo e amizade construída ao longo desta caminhada. Em especial, aos colegas Lúcia Resplandes, Elton Bentes, Layonize Félix pelas contribuições e formação de vínculo de amizade.

RESUMO

Este estudo tem por objetivo apresentar estratégias para valoração dos produtos agroindustriais das mulheres rurais da Associação de Trabalhadores Rurais em Regime Familiar do Projeto de Assentamento Nova Amazônia I – ASSTRF - PANA, com vistas a explorar características gerenciais para superação das limitações de acesso ao mercado dos produtos originários da agricultura familiar, bem como, descrever sobre a importância do registro de marca para a valoração dos produtos agroalimentares das mulheres rurais do projeto de Assentamento Nova Amazônia em Roraima, apresentando um diagnóstico para verificar as principais forças, oportunidades, fraquezas e ameaças para inserção dos produtos das mulheres rurais no mercado. Além de desenvolver, coletivamente, a marca e seu regulamento de uso visando promover o reconhecimento dessa produção. A metodologia adotada foi pesquisa exploratória à referenciais bibliográficos, para formação dos fundamentos que norteassem a caracterização da atividade e os antecedentes da área de estudo. Contextualizou-se ainda, os antecedentes de inclusão produtiva da mulher na agricultura. As atividades de pesquisas foram desenvolvidas através da metodologia grupo focal, com a realização de reuniões coletivas e a participação das mulheres da associação com objetivo registrar as informações apresentada pelas produtoras e aplicá-las a análise da matriz *SWOT*. O produto tecnológico deste estudo foi construído com a participação efetiva das produtoras, contribuindo para elaboração do regulamento que estabelece as condições de utilização da marca coletiva e a formalização do pedido de registro da marca coletiva de produtos do empreendimento agroindustrial das mulheres rurais. Espera-se que o regulamento e registro de marca sejam uma alternativa para agregação de valor aos produtos agroindustriais destas mulheres rurais para viabilizar a permanência das famílias no campo através da transformação do excedente da produção familiar em produtos aptos ao mercado.

Palavras-chave: Mulheres Rurais, Agroindústria, Marca Coletiva, Regulamento de Uso de Marca, Estratégias, Valoração.

ABSTRACT

This study aims to present strategies for valuing the agro-industrial products of rural women of the Association of Rural Workers in the Family Regime of the Nova Amazônia I - ASSTRF - PANA Settlement Project, with a view to exploring managerial characteristics to overcome the limitations of access to the market of products originating from family farming, as well as describing the importance of trademark registration for the valuation of agri-food products of rural women of the Nova Amazônia Settlement project in Roraima, presenting a diagnosis to verify the main strengths, opportunities, weaknesses and threats for insertion of rural women's products in the market. In addition to collectively developing the brand and its usage regulations in order to promote the recognition of this production. The methodology adopted was exploratory research to bibliographic references, to form the foundations that guided the characterization of the activity and the background of the study area. It was also contextualized, the antecedents of productive inclusion of women in agriculture. The research activities were developed through the focus group methodology, with collective meetings and the participation of women from the association with the objective of recording the information presented by the producers and applying it to the analysis of the SWOT matrix. The technological product of this study was built with the effective participation of the producers, contributing to the elaboration of the regulation that establishes the conditions of use of the collective mark and the formalization of the request for registration of the collective mark of products of the agro-industrial enterprise of rural women. It is expected that the regulation and trademark registration will be an alternative for adding value to the agro-industrial products of these rural women to make it possible for families to stay in the countryside by transforming the surplus of family production into products suitable for the market.

Keywords: Rural Women, Agroindustry, Collective Trademark, Trademark Usage Regulation, Strategies, Valuation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Quantitativo de assentamentos por município no Estado de Roraima.....	19
Figura 2 – Áreas institucionais do município de Boa Vista.	20
Figura 3 – Produtos processados de produzidos por mulheres da associação.....	22
Figura 4 – Produtos de origem do Assentamento Nova Amazônia.....	22
Figura 5 – Cartografia da localização da área de estudo: Projeto de Assentamento Nova Amazônia I, em Boa Vista-RR.	23
Figura 6 – Vegetação do Estado de Roraima	25
Figura 7 – Cobertura vegetal do município de Boa Vista	26
Figura 8 – Linha do tempo dos movimentos de inclusão das mulheres no trabalho rural.	28
Figura 9 – Interface da base de Marcas – INPI.	43
Figura 10 – Selos de Identidade Geográfica e Marcas Coletivas registrados no INPI.....	45
Figura 11 – Projeto de logomarca inicial.....	48
Figura 12 – Projeto final da logomarca.	48
Figura 13 – Análise SWOT	49
Figura 14 – Ambientes da Matriz SWOT.....	50
Figura 15 – Cadastro de procurador no sistema e-INPI.	52
Figura 16 – Dados cadastrais no sistema e-INPI.....	53
Figura 17 – Publicação de pedido de registro para oposição	54
Figura 18 – Situação do pedido de registro de marca coletiva ASSTRF-PANA	55

LISTA DE SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas
ADPIC – Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao comércio
ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária
ASSTRF – PANA – Associação dos trabalhadores e trabalhadoras do Projeto de Assentamento Nova Amazônia I (PANA)
BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
BR - BRASIL
CAR - Central dos Assentados de Roraima
CONTAG - Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura
CPT - Comissão Pastoral da Terra
EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRAPA- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FUNRURAL - Fundo de Assistência ao Trabalhador Rural
GRU – Guia de Recolhimento da União
IN- Instrução Normativa
INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
INPI- Instituto Nacional de Propriedade Industrial
LPI - Lei da Propriedade Industrial
MST – Movimento dos Trabalhadores sem Terra
PA – Projeto de Assentamento
PAA – Programa de Aquisição de Alimentos
PAD – Projeto de assentamento dirigido
PANA – Projeto de Assentamento Nova Amazônia
PIN – Programa de Integração Nacional
PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNDTR - Programa Nacional de Documentação da Trabalhadora Rural
PROFNIT - Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação.
PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
RR - Roraima
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SPU – Superintendência do Patrimônio da União
SUDAM – Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia
SWOT - *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (ameaças)
UFRR – Universidade Federal de Roraima

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Modalidade de Selo Nacional da Agricultura Familiar – SENAF.....	15
Quadro 2 - Número de assentamentos no Estado de Roraima, ano referência 2018.....	18
Quadro 3 – Informações Gerais do assentamento em Boa Vista – RR.	21
Quadro 4 – Natureza das Marca.	34
Quadro 5 - Definições e finalidades	35
Quadro 6 – Classificação de Marca.	35
Quadro 7 – As principais características de uma marca coletiva	37
Quadro 8 – Atributos entre Marca Coletiva e Indicação Geográfica (IG).....	41
Quadro 9 – Consulta à Base de Dados do INPI.....	44
Quadro 10 – Elementos do planejamento estratégico com foco no produto final.....	56
Quadro 11 – Análise <i>SWOT</i> (forças x fraquezas).....	58
Quadro 12 – Análise <i>SWOT</i> (oportunidades x ameaças).....	64
Quadro 13 – Classificação Internacional de Produtos e Serviços.	66

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	PROJETO DE ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA EM RORAIMA	16
1.1.1	Área de estudo	23
1.2	ANTECEDENTES DA INCLUSÃO PRODUTIVA DA MULHER RURAL NO BRASIL	27
1.3	AGROINDUSTRIALIZAÇÃO NO CONTEXTO DA AGRICULTURA FAMILIAR.....	29
2	LEGISLAÇÃO SOBRE MARCAS NO BRASIL	33
2.1	REGISTRO DE MARCA COLETIVA.....	37
2.1.1	Regulamento de Utilização.....	39
2.2	MARCAS COLETIVAS X INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	41
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E RESULTADOS.....	42
3.1	BUSCA DE ANTERIORIDADE	43
3.2	SUBMISSÃO DO PROJETO AO COMITÊ DE ÉTICA NA PESQUISA - CEP	45
3.3	DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO.....	46
3.4	VALIDAÇÃO DOS PRODUTOS	47
3.5	PROCEDIMENTO DE ANÁLISE	48
3.6	PROCEDIMENTOS PARA O REGISTRO DE MARCA COLETIVA.....	52
4	ELEMENTOS SOBRE GESTÃO ESTRATÉGICA PARA ORGANIZAÇÃO DE UM EMPREENDIMENTO.....	55
4.1	ESTRATÉGIAS DE PLANEJAMENTO ATRAVÉS DA ANÁLISE <i>SWOT</i>	58
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
	REFERÊNCIAS	70
	APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido em português	78
	APÊNDICE B – Signos da Marca Coletiva:	80
	APÊNDICE C – Regulamento de utilização de marca coletiva do tipo mista	81
	APÊNDICE D – Procuração para inserção do pedido de marca no INPI.....	87
	APÊNDICE E – Protocolo de submissão de artigo	88
	ANEXO A – Termo de adesão ao sistema e-INPI	89
	ANEXO B – Parecer Consubstanciado do CEP:.....	91
	ANEXO C – Protocolo de pedido de registro de marca coletiva (mista).....	97

1 INTRODUÇÃO

A pressão tecnológica nos setores produtivos a fim de sanar deficiências tecnológicas, e qualificar a mão de obra tem sido estimulado por processos econômicos como a globalização e a revolução tecnológica, impulsionando os setores produtivos se adaptem aos processos de inovação em seus mecanismos de produção. A ênfase deste trabalho em demonstrar as inovações tecnológicas na produção de alimentos oriundos de agroindústria rurais, no qual, incrementam a oferta de alimentos aos mercados consumidores locais. E apresentam grande potencial para atender a demanda por alimentos, conforme o crescente consumo por agroalimentos.

Potencialmente as agroindústrias rurais são empreendimentos formais que executam o processamento de produtos agroalimentares e agropecuários, na condição de negócios formais, possuem instalações próprias ou cedidas por organizações comunitárias, na qual realizam o aproveitamento da matéria-prima oriunda do próprio estabelecimento agropecuário ou adquirida de outros produtores, além de apresentarem o processo de produção consolidado até a etapa de comercialização do produto pelos próprios produtores.

As políticas de implantação e desenvolvimento dos assentamentos rurais, predominaram a partir dos anos 70, principalmente na região Amazônica foram instalados diversos projetos de assentamento rural com vistas a resolver as desigualdades regionais do país. O projeto de Assentamento Nova Amazônia, faz parte dessa parte dessa promoção de acesso à terra, e da melhoria no bem-estar geral de famílias participantes dos programas de integração territorial.

Ao contextualizar a inclusão produtiva da mulher rural, no âmbito da reforma agrária, elabora-se uma sistematização dos programas e políticas públicas que visam minimizar desigualdades de gêneros e a invisibilidade das atividades produtivas (RAMOS, 2016).

O processo de agroindustrialização é apresentado, por alguns estudiosos, como a forma de acesso a inovação tecnológica ao meio rural, agregando valor à produção familiar, promovendo a geração de renda, a oferta de trabalho local, baseado no modelo de organização das cooperativas e associações, sendo esses objetivos fortemente alinhados as estratégias de ocupação de terra, reforma agrária e desenvolvimento sustentável (MACIEL, R. 2017).

A partir deste entendimento, estruturou-se a seguinte pesquisa entre capítulos e seções que promovam o alinhamento das políticas públicas que contribuíram para a implantação do projeto de assentamento Nova Amazônia, bem como, as políticas e programas

de inclusão produtiva da mulher rural. Avançamos com considerações sobre o fomento a agroindustrialização no ambiente rural, com vistas a traçar as estratégias de valoração dos produtos das mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia, através das regulações sobre o registro de marca coletiva no Brasil.

Os procedimentos metodológicos aplicados consistem na busca de anterioridade, através de uma pesquisa prospectiva sobre os elementos figurativos e nominativos da marca criada, além da busca de referenciais bibliográficos em capítulos de livros, documentos, e entre outras publicações sobre as palavras chaves relacionadas ao tema. Aplicou-se ainda uma ferramenta para de coleta de dados, denominada de “grupo focal”, metodologia que visa promover uma interação com os participantes com vista a coletar e analisar as informações.

Resultando assim, uma análise *SWOT* do empreendimento das produtoras rurais da Associação de Trabalhadores Rurais em Regime Familiar do Projeto de Assentamento Nova Amazônia, com vistas a explorar características gerenciais da atividade para superação das limitações de acesso ao mercado local e interestadual dos produtos originários da agricultura família.

Os aspectos qualitativos deste diagnóstico estarão relacionados aos conceitos de inovação, agroindustrialização e valoração, visando assim, fundamentar a pesquisa bibliográfica sobre os temas. Além de promover um enfoque de pesquisa-ação com a possibilidade de envolver outros parceiros para solução de demandas que possam surgir (MACIEL, R. *et. al.* 2017; SOUSA *et. al.* 2018).

A estratégia de inovação deste trabalho é promover o fortalecimento das produtoras rurais do projeto de Assentamento Nova Amazônia em Roraima através da valoração dos produtos agroindustriais, realizando uma análise das condições de organização e estruturais para promover o acesso ao mercado. Além de promover a participação das mulheres na construção dos sinais distintivos para uso coletivo nos produtos com vistas ao seu reconhecimento comercial e participar das etapas do registro de marca coletiva e seu regulamento de uso junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Portanto, visando potencializar o reconhecimento dos produtos agroindustriais no mercado local, através da criação coletiva dos sinais e de seu regulamento de uso, busca-se verificar como o registro de marca coletiva pode contribuir para a valoração dos produtos agroindustriais das mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia.

Em síntese, através da elaboração de um diagnóstico participativo realizado *in loco* com o objetivo de oferecer às mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia uma

ferramenta que atenda às suas necessidades em realizar a proteção de sua marca através da criação coletiva de um regulamento de uso de marca e de um registro de marca coletiva.

JUSTIFICATIVA

Incentivar a produção da agricultura familiar a adaptar-se as inovações tecnológicas e sociais é um papel da tríplice hélice entre governo, universidade e empresa. Esta relação entre as entidades favorecem o acesso a inovações, a promoção da pesquisa e da transferência tecnológica para o desenvolvimento dos setores. Ao nível da gestão agroindustrial, neste estudo compõe-se de análises sobre o nível de maturidade do negócio rural, quanto as aplicações sobre gestão de pessoas, finanças, produção, mercadológica e recursos tecnológicos que poderão estimular o acesso ao mercado.

Atualmente, vários estudos orientam sobre como identificar produtos que apresentem potencial para receber uma identidade visual como forma de agregar valor e gerar renda ao produtor. Segundo Bruch, 2010, os sinais distintivos para produtos ou serviços, agregam muitos benefícios, dentre eles, cita os econômicos que promovem o acesso a novos mercados internos e exportação dos produtos. Os benefícios sociais e culturais que promovem a inserção de produtores ou regiões de origem dos produtos. Os benefícios ambientais os quais conferem a preservação da biodiversidade, dos recursos genéticos locais e da preservação do meio ambiente.

Podemos citar os selos criados pela a Secretaria Nacional de Agricultura Familiar (SENAF) como forma de valorizar e reconhecer os produtos feitos para determinado público. São 7 (sete) modalidades do Selo Nacional da Agricultura Familiar que estão classificados por tipo e podem ser emitidos na modalidade principal ou associada. Dentre os requisitos para adesão aos selos: além de apresentar Declaração de Aptidão ao Pronaf Ativa (DAP Ativa), cada modalidade tem requisitos específicos, descritos a seguir:

Quadro 1- Modalidade de Selo Nacional da Agricultura Familiar – SENAF

Tipos	Classificação
I - SENAF:	Selo para Agricultor familiar ou das formas de organização de agricultores familiares.
II - SENAF	Selo para mulher agricultora familiar ou das formas de organização de agricultores familiares, desde que o quadro social seja constituído mais da metade de mulheres agricultoras familiares.
III - SENAF	Selo para Juventude: do agricultor familiar de 15 (quinze) a 29 (vinte e nove) anos de idade ou das formas de organização de agricultores familiares, desde que o quadro social seja constituído mais da metade de jovens agricultores familiares desta faixa etária.
IV- SENAF	Selo para Quilombola: do quilombola agricultor familiar ou das formas de organização de agricultores familiares, desde que o quadro social seja constituído mais da metade de quilombolas agricultores familiares.
V - SENAF	Selo para indígena: do indígena agricultor familiar ou das formas de organização de agricultores familiares, desde que o quadro social seja constituído mais da metade por indígenas agricultores familiares.
VI - SENAF	Selo para Sociobiodiversidade: concedido exclusivamente aos produtos de que trata a Portaria Interministerial nº 284, de 30 de maio de 2018, do Ministério do Meio Ambiente e do Ministério do Desenvolvimento Social, ou de outro normativo que vier a substituí-la.

Fonte: Adaptado MAPA, 2019

Propõe-se a criação de sinais coletivos (marca coletiva) para promover os produtos das mulheres rurais da ASSTRF-PANA como uma forma de valorar os produtos oriundos da agricultura familiar, e embarcar numa possibilidade de apresentar características sociais e a identidade das produtoras do projeto de assentamento Nova Amazônia em Roraima para um mercado consumidor que reconhece a importância da responsabilidade socioambiental e a valorização da cultura local e produção regional.

As produtoras rurais do Projeto de Assentamento Nova Amazônia (PANA), estão organizadas através da ASSTRF-PANA, porém não possuem condições estruturais para desenvolverem o processamento dos alimentos de forma coletiva. A proposta do registro da marca dos produtos, possibilitará a agregação valor e o reconhecimento dos produtos, e atuará como incentivo às produtoras para que possam atender as normas de qualidade e certificação junto aos órgãos competentes.

OBJETIVO GERAL

Caracterizar o potencial de valoração dos produtos agroalimentares das mulheres rurais do projeto de Assentamento Nova Amazônia em Roraima para pedido de registro de marca coletiva e desenvolvimento de regulamento do uso coletivo.

Objetivos específicos

- Descrever sobre a importância do registro de marca para a valoração dos produtos agroalimentares das mulheres rurais do projeto de Assentamento Nova Amazônia em Roraima.
- Investigar através de um diagnóstico participativo o potencial de valoração dos produtos agroindustriais das mulheres rurais do projeto de Assentamento Nova Amazônia em Roraima.
- Desenvolver, coletivamente, um regulamento de uso da marca para os produtos agroindustriais das mulheres rurais
- Realizar o pedido de registro da marca coletiva de produtos dos produtos agroindustriais das mulheres rurais.

1.1 PROJETO DE ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA EM RORAIMA

A ocupação da econômica região Amazônica, originou –se através dos projetos de colonização e abertura de rodovias durante o período militar brasileiro entre as décadas de 60 e 80, visando garantir a ocupação de terras para o deslocamento da fronteira agrícola e evitar o superpovoamento de grandes centros urbanos, através do Programa de Integração Nacional – PIN na década 70 (FEITOZA, 2020; MELLO, 2020).

Os movimentos de colonização e aberturas de rodovias no Estado de Roraima, localizada da Amazônia Setentrional¹, datam da criação do:

¹ Amazônia Setentrional é a porção setentrional brasileira, formada pelos estados da Região Norte, especificamente Roraima e Amapá. Que se apresentam como novos territórios produtivos, com dinâmica e os processos constituintes da nova fronteira agrícola, sendo estes são alvos de ações para inserção destes territórios nos circuitos de produção e circulação global (LIMA, 2020).

[...] Programa de Polos Agropecuários e Agrominerais da Amazônia – POLAMAZÔNIA que consistia na criação de 15 polos de desenvolvimento em áreas prioritárias destinadas principalmente a exploração mineral e a pecuária (FEITOZA, 2020. p.45).

Constata-se a atuação dos governos militares para execução de obras de infraestrutura e transporte, promovendo integração das regiões e estados, atuando como principal executor do Plano de Integração Nacional – PIN. Como parte dessa estratégia de integração entre estados, registramos a abertura da BR -174, na década de 70 (MELLO, 2020, FEITOZA, 2020).

Figura-se a participação efetiva de instituições como a Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia – SUDAM, com a finalidade de fomentar projetos de exploração econômica e o desenvolvimento da região amazônica. E a criação do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA, que na década de 70 que foi instituído para ser o principal executor das políticas de colonização e de reforma agrária no país (OLIVEIRA, I. et al., 2020).

O marco de criação de assentamento no Estado de Roraima, é denominado PAD - Anauá, no município de Rorainópolis, criado na década de 70. Desde então os assentamentos passaram a predominar em todos os quinze municípios do Estado, visando atender as políticas de inclusão do Programa de Nacional de Reforma Agrária, conforme apresentamos no quadro 2.

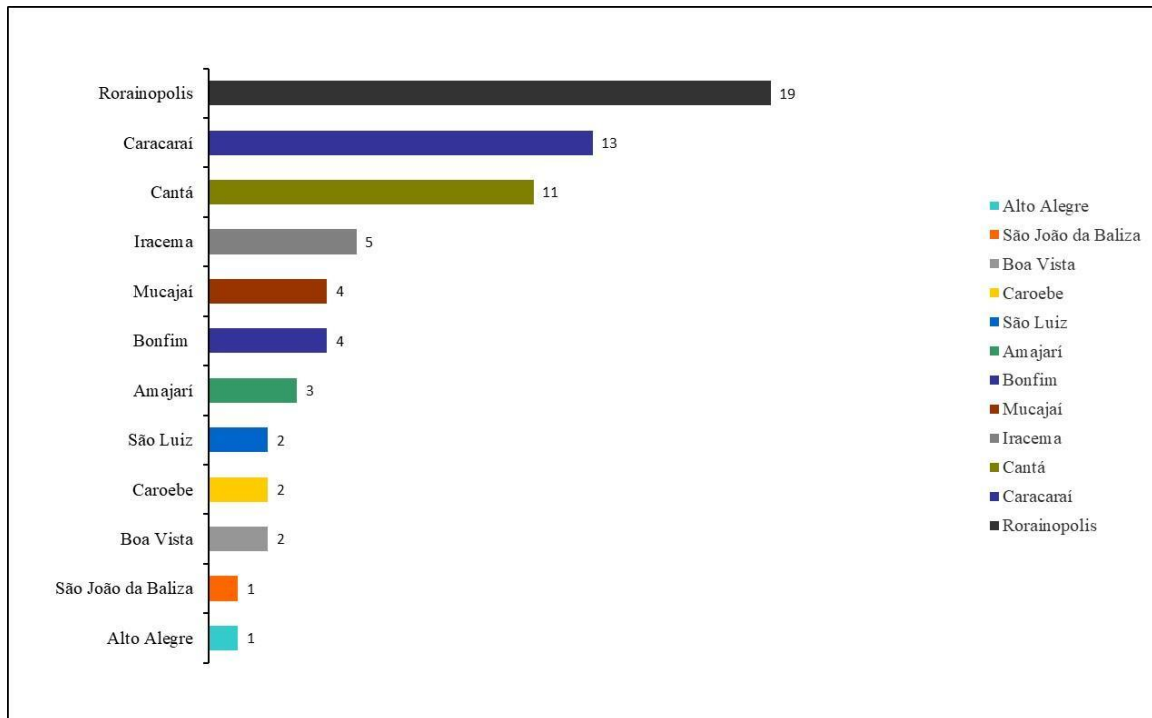
Quadro 2 - Número de assentamentos no Estado de Roraima, ano referência 2018.

Id	Projeto	Municípios	Id	Projeto	Municípios
1	PA Paredão	Alto Alegre	34	PA-Caxias	Cantá
2	PA Amajari	Amajari	35	PA- Jatapu	Caroebe
3	PA Bom Jesus	Amajari	36	PA- Serra Talhada	Caroebe
4	PA Tepequém	Amajari	37	PA-Ajarani	Iracema
5	PA Nova Amazônia	Boa Vista	38	PA- Massaranduba	Iracema
6	PA Nova Amazônia I	Boa Vista	39	PA- São Jose	Iracema
7	PA Alto Arraia	Bonfim	40	PA-Japão	Iracema
8	PA Caju II	Bonfim	41	PA-Maranhão	Iracema
9	PA Renascer	Bonfim	42	PA-Vila Nova	Mucajaí
10	PA Vilena	Bonfim	43	PA Samauma	Mucajaí
11	PA - RR 170	Caracarái	44	PA-Talisma	Mucajaí
12	PA - Ita	Caracarái	45	PA Nova Floresta	Mucajaí
13	PA - Novo Paraíso	Caracarái	46	PA- Anauá	Rorainópolis
14	PA - Cujubim	Caracarái	47	PA- Equador	Rorainópolis
15	PA - Serra Dourada	Caracarái	48	PA- Jundiá	Rorainópolis
16	PA - Rio Dias	Caracarái	49	PA-Ladeirão	Rorainópolis
17	PA - Cupiuba	Caracarái	50	PA - Caju	Rorainópolis
18	PA - Castanheira	Caracarái	51	PA - Campina	Rorainópolis
19	PA-Angelim	Caracarái	52	PA- Curupira	Rorainópolis
20	PA-Jatoba	Caracarái	53	PA - Garapaja	Rorainópolis
21	PA-Caferana	Caracarái	54	PA - Jenipapo	Rorainópolis
22	PA Arco-Iris	Caracarái	55	PA -Juari	Rorainópolis
23	PA Chidaua	Caracarái	56	PA - Monte Sinai	Rorainópolis
24	PA - Quitauaú	Cantá	57	PA - Muriru	Rorainópolis
25	PA - Esperança	Cantá	58	PA - Pirandira	Rorainópolis
26	PA - Terra Nova	Cantá	59	PA - Sucuriju	Rorainópolis
27	PA - Jacamim	Cantá	60	PA - Tepurema	Rorainópolis
28	PA - Tatajuba	Cantá	61	PA - Tucumã	Rorainópolis
29	PA - Taboca	Cantá	62	PA - Trairi	Rorainópolis
30	PA - União	Cantá	63	PA - Ajuri	Rorainópolis
31	PA - Pau Rainha	Cantá	64	PA - Maguari	Rorainópolis
32	PA - Seringueira	Cantá	65	PA - Bom Sucesso	São Luiz
33	PA -Pau Brasil	Cantá	66	PA-Integração	São Luiz
			67	PA- São Luizão	São João Da Baliza

Fonte: INCRA, 2018.

Os projetos de assentamento estão distribuídos conforme as estratégias de ocupação econômica e do deslocamento da fronteira agrícola dos governos militares da década de 70, e de acordo com a execução de obras de infraestrutura e transporte, como já citamos a construção das rodovias BR -170 e da rodovia BR 210, permitiu a ocupação da região Sudeste do estado de Roraima através dos fluxos migratórios (OLIVEIRA, *et al* 2021).

Podemos observar a distribuição dos projetos de assentamentos por município no Estado de Roraima, conforme a Figura 1:

Figura 1 – Quantitativo de assentamentos por município no Estado de Roraima

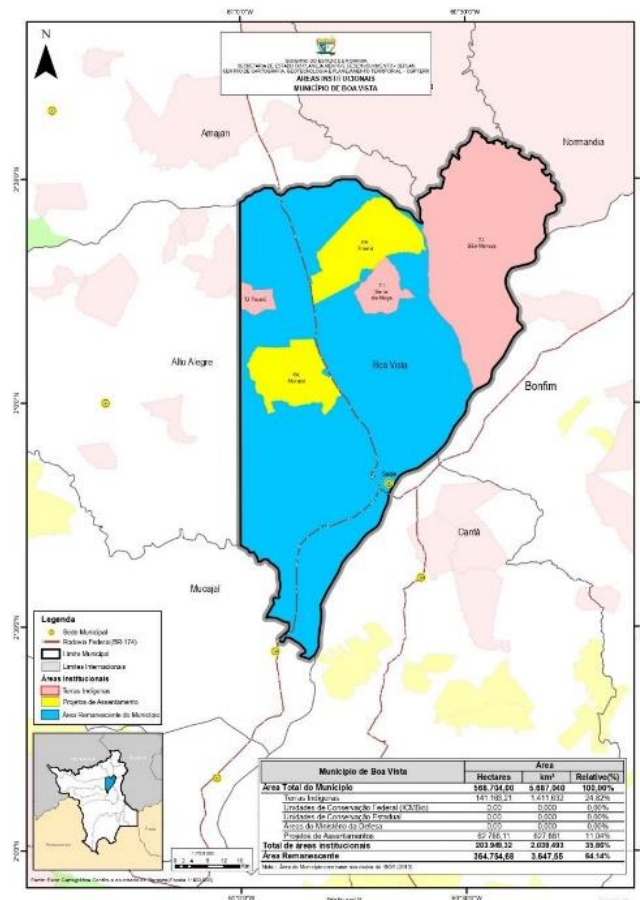
Fonte: Elaboração própria, 2021

Assim, adentramos ao processo de ocupação de terras que originou o Projeto de assentamento Nova Amazônia, com integração e transferência das terras e do patrimônio do complexo agropecuário denominado Fazenda Bamerindus, devido a inadimplência do Banco Bamerindus junto ao BNDES. Na qual passou à incorporação do patrimônio da Fazenda Bamerindus à Superintendência do Patrimônio da União – SPU (PEREIRA, 2017).

Segundo Pereira (2017), o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA, conduziu o processo perdurou cerca de dois anos, com vistas findar os processos judiciais e administrativos até a constituição da organização institucional do assentamento para uso na política de reforma agrária no lavrado de Boa Vista – RR.

Registra-se que no ano de 2001, as terras do complexo agropecuário Fazenda Bamerindus foram recebidas pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA, com a finalidade de assentar aproximadamente mil famílias. Através do mapa cartográfico do planejamento territorial de Boa Vista – RR, é possível visualizar dimensão territorial do assentamento Nova Amazônia (figura 2).

Figura 2 – Áreas institucionais do município de Boa Vista.



Fonte: SEPLAN/CCPTERR, 2015

As dimensões territoriais dos 67 projetos de assentamentos representam 5,49% da extensão territorial do Estado, em valores reais a área total destinada aos assentamentos corresponde a 12.316,60 km² de um total de 224.301,77 km² da área do estado de Roraima. Especificamente, a área total do PA Nova Amazônia representa 11,04 % das áreas do município de Boa Vista, correspondente a 62.786,11 hectares destinadas à política da reforma agrária. Conforme os dados abertos publicados pelo INCRA, 2017 certificam que a extensão territorial do assentamento, conforme a Quadro 3:

Quadro 3 – Informações Gerais do assentamento em Boa Vista – RR.

Denominação do assentamento	Município	Capacidade	Famílias Assentadas	Área (ha)	Criação
PA NOVA AMAZÔNIA	BOA VISTA	570	542	27.391,27	22/11/2001
PA NOVA AMAZÔNIA I	BOA VISTA	430	394	35.062,40	04/09/2006

Fonte: Adaptado INCRA, 2017

Os espaços territoriais originários das políticas de integração e ocupação são marcados por elementos econômicos, sociais e culturais, que caracterizam o ambiente socioambiental, e impactam diretamente no uso dos recursos naturais, havendo assim, a necessidade de se encontrar alternativas duradouras para gerar e/ou aumentar o nível de renda, promover o acesso a soluções tecnológicas que reduzam os danos ambientais, e impactem positivamente na qualidade de vida das famílias que ali o habitam (CAZELA, 2015).

Torna-se oportuno, registrar que a forma de como os agricultores dos assentamentos produzem, consomem, circulam e se auto organizam na dimensão econômica, social, cultura e ambiental, tem como base a exploração e a desenvolvimento de atividades produtivas de autoconsumo de seus produtos, no qual, o que é produzido é consumido pelas famílias e apenas o excedente desta produção é comercializado (PEREIRA, 2017).

Nesse sentido, como forma de promover visibilidade de produto originários do excedente da produção das famílias rurais no mercado, de forma a incentivar o processamento e a comercialização da produção excedente, estimular a mudança da atividade produtiva de autoconsumo das mulheres rurais do assentamento Nova Amazônia I, apresentamos a seguinte problemática: Como contribuir para construção de uma marca coletiva e seu regulamento de uso, promovendo a valorização dos produtos agroindustriais e assegurando o pedido de registro de marca coletiva dos produtos agroindustriais junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) de mulheres rurais do Projeto de Assentamento Nova Amazônia (PANA)?

Nesse contexto, buscou-se participar de eventos da Associação dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Projeto de Assentamento Nova Amazônia I, nos quais as mulheres rurais expuseram e comercializam seus produtos, de modo a perceber a apresentação dos produtos, principais problemáticas da produção e comercialização, conforme registrado nas figuras abaixo:

Figura 3 – Produtos processados de produzidos por mulheres da associação.



Foto: Elaboração própria, 2021

A figura acima apresenta a foi registrada em um evento coletivo entre as produtoras da ASSTRF-PANA, na oportunidade, verificou-se a diversidade de produtos processados, como forma de promover o aproveitamento de produção agrícola, listam-se bolos, massas, conservas, geleias, pimentas, licores produzidos no Assentamento.

Figura 4 – Produtos de origem do Assentamento Nova Amazônia



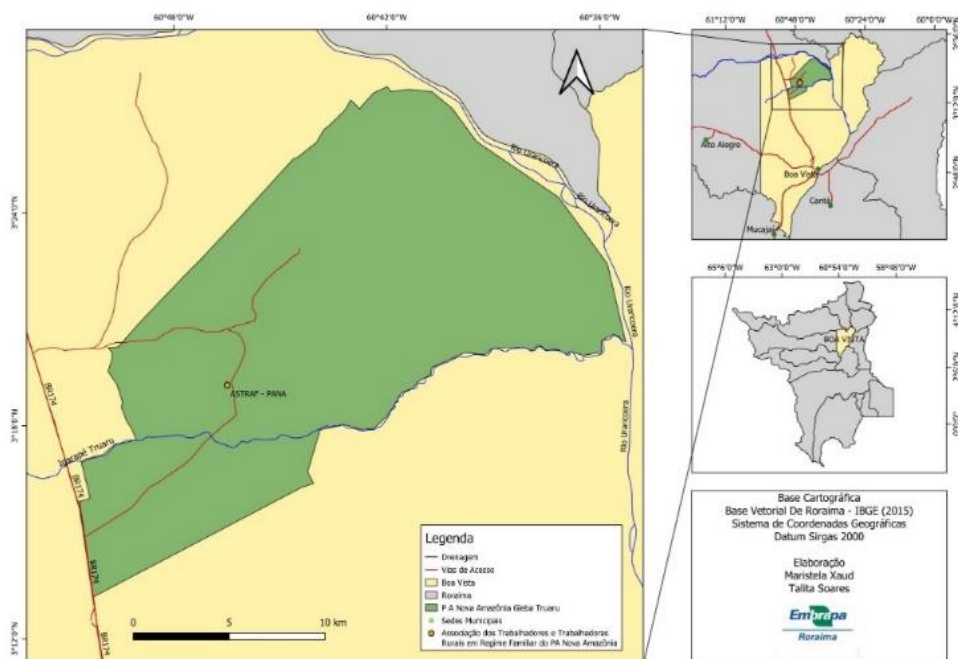
Foto: Elaboração própria, 2021

Registra-se também, parte da produção agroalimentar, como a legumes, verduras, ovos entre outros. O que fortalece ainda o interesse deste grupo de produtoras em ser organizarem e alcançarem a valorização de seus produtos. Com vistas a contextualizar a inclusão produtiva da mulher rural, apresentamos uma seção específica sobre a trajetória das conquistas dos direitos das mulheres no campo. Em posterior abordaremos uma secção específica sobre agroindustrialização no contexto da agricultura familiar.

1.1.1 Área de estudo

A localidade em que concentramos as ações deste estudo, denomina-se projeto de assentamento Nova Amazônia I – PANA, localizado a cerca de 30 km de Boa Vista, seu acesso logístico é através da rodovia BR 174, sentido norte Boa Vista / Pacaraima, este território foi desapropriado de parte do complexo da Fazenda Bamerindus, conforme apresentado na figura 5.

Figura 5 – Cartografia da localização da área de estudo: Projeto de Assentamento Nova Amazônia I, em Boa Vista-RR.



Fonte: XAUD e SOARES, 2021

Como vimos o território do assentamento Nova Amazônia é parte da política de implementação de assentamentos agrícolas em Roraima, no qual abriga famílias desintrusadas da Reserva Indígena Raposa Serra do Sol e São Marcos², e entre outros fatores de integração territorial desenvolvidas por governanças locais. O território do P A Nova Amazônia I possui capacidade para 430 famílias, segundo possui um total de 394 famílias instaladas, e área total de 35.062,404 hectares (CARVALHO, 2018; INCRA, 2009).

No recorte histórico realizado por Carvalho (2018), registra-se o estudo sobre a caracterização dos ecossistemas terrestres do Projeto de Assentamento Nova Amazônia,

² Homologada em 2005, através do Decreto Nacional nº 10.595 de 15 de abril de 2005 (Arantes, p. 178, 2009)

realizado pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA). Além de apresentar os laudos de vistoria e avaliação das Fazendas Cauamé, Murupú e Truarú que integravam o complexo agropecuário Bamerindus.

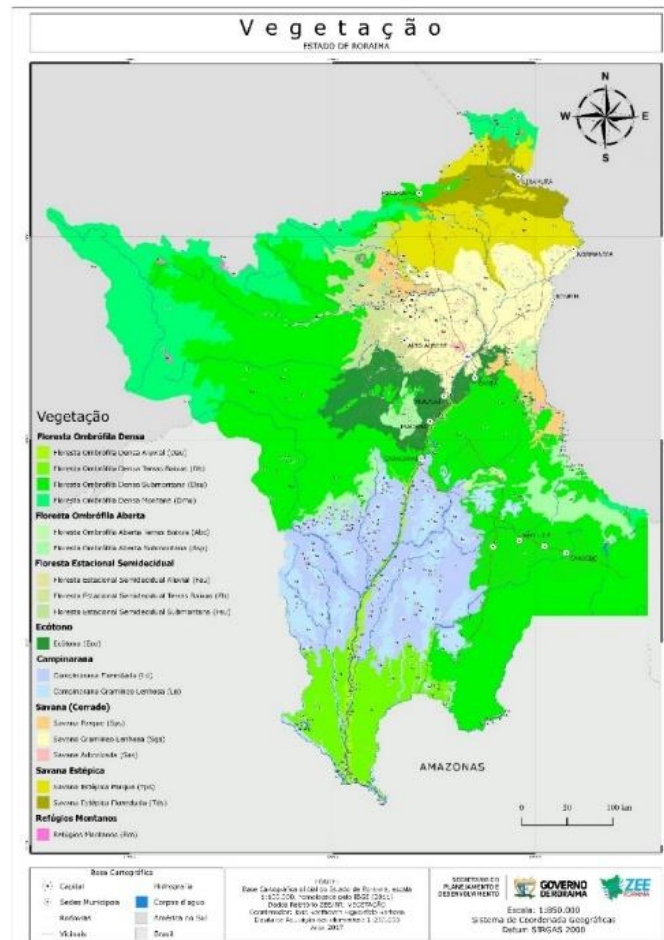
Na qual o referido autor descreve as características da região por sua predominância de ecossistema:

[...]de lavrado, no qual correspondente ao cerrado, caracterizado por extensas planícies, com influência de campos nativos, onde predomina o latossolo com mediana acidez e baixa fertilidade, corrigíveis com a aplicação de calcário e fertilizante, sendo pequena a necessidade de destoca (Carvalho, 2018, p.21).

Este ecossistema predominante no Estado de Roraima, ganha destaque dentre os biomas e ecorregiões do Brasil, por conter uma grande paisagem denominada como a ecorregião das Savanas das Guianas, e por estar inserido no Bioma Amazônia. Essa denominação deve-se à localização do estado de Roraima está em uma tríplice fronteira, entre Brasil, Guiana e Venezuela. Roraima detêm a maior parte do sistema de áreas abertas desta ecorregião, regionalmente, denomina-se a região por lavrado (CAMPOS; PINTO; BARBOSA, 2008).

Historicamente, a região tem recebido grande pressão de ocupação de terras devido aos recentes processos expansão econômica e do deslocamento da fronteira agrícola ocupação no qual requerem a regularização fundiária, como o repasse de terras da União para o Estado, estímulo ao desenvolvimento da região através das políticas agrícolas, para que a região se transforme em um grande polo de produção de alimentos e entre outros produtos agrícolas. O sistema ambiental de Lavrado em Roraima abriga dez municípios do total dos quinze municípios, conforme dispõe (Figura 6).

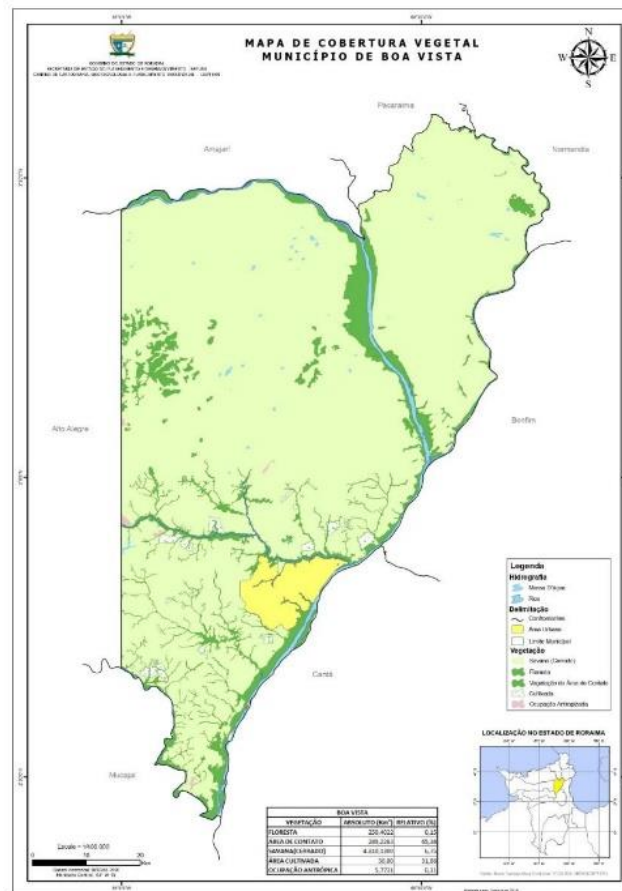
Figura 6 – Vegetação do Estado de Roraima



Fonte: SEPLAN/CCPTERR, 2020

Estado de Roraima possui característica vegetativas bem distintas que variam de acordo com as regiões em que se localizam os municípios, e são identificadas em três tipos de coberturas vegetais, na qual verifica-se que a região sul é formada por ecossistema de floresta tropical entrecortada por rios, localização dos municípios de Rorainópolis e Caracará com maior percentual de quantidade assentamentos. E a região central, apresenta formação predominante de campos gerais, lavrados ou savanas, existindo ainda lagos e riachos, no qual localizasse a região deste estudo (INCRÁ, 2018).

Figura 7 – Cobertura vegetal do município de Boa Vista



Fonte: SEPLAN/CCPTERR 2015.

Especificamente, a área territorial do assentamento Nova Amazônia está localizada no município de Boa Vista denominada região central e composta por vegetação de savanas, conhecida com Lavrado em Roraima, por apresentar características similares ao cerrado (Figura 7). E delimita a região do marco histórico da ocupação da antiga fazenda Bamerindus por iniciativa das várias famílias interessadas em obter um lote de terra da Política de Reforma Agrária que comporam as frentes de ocupação organizadas pelos movimentos sociais, entre os quais o MST³, a CAR⁴, a CPT⁵ (SILVA, L., 2019).

³ Movimento dos Trabalhadores sem Terra - MST

⁴ Central dos Assentados de Roraima – CAR

⁵ Comissão Pastoral da Terra - CPT

1.2 ANTECEDENTES DA INCLUSÃO PRODUTIVA DA MULHER RURAL NO BRASIL

Efetivamente, as mulheres rurais conquistaram e desempenham importantes papéis dentro da organização interna do movimento da reforma agrária, na conquista da terra e na elaboração, execução e qualificação de políticas públicas e projetos que beneficiem seus territórios (SANTOS et al, 2020).

Resgatamos ainda algumas considerações sobre o papel da mulher na agricultura, em uma parte da história em que se considerava o trabalho da mulher como responsáveis das tarefas domésticas, auxiliares nas atividades produtivas de autoconsumo, na função reprodutiva e nos cuidados com os filhos, em contraponto, Santos et al, 2020, confirma que as mulheres exercem funções preponderantes na organização e execução das atividades agropecuárias, do trabalho doméstico, de mobilizadoras na luta contra violência nos movimentos de ocupação das terras.

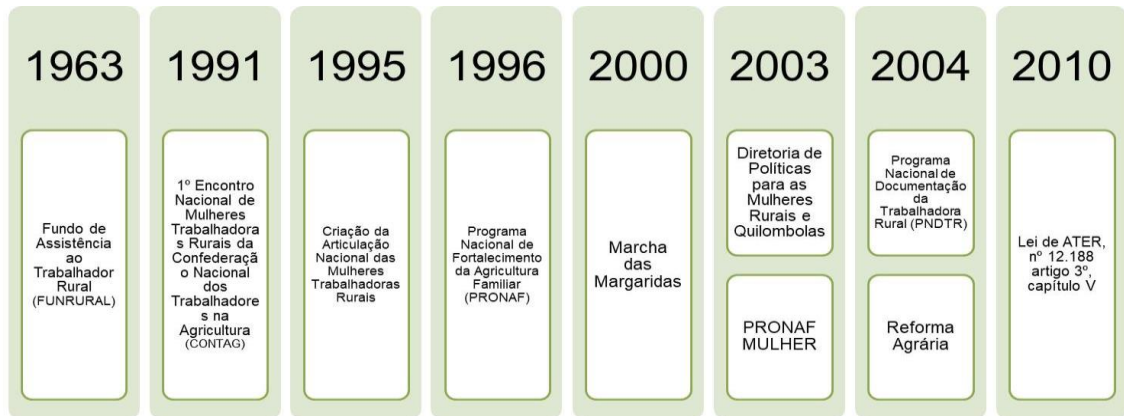
Conquistas estas que redefiniram a atuação e a importância das mulheres como agricultoras, “como sujeitos políticos que questionam as relações de poder existentes no meio rural”, que se integram aos “movimentos e organizações autônomas de mulheres, sindicais e sem-terra, que reivindicam direitos econômicos e sociais”. (BUTTO, 2011, p. 14).

Movimentos que marcaram a trajetória dos direitos das mulheres dos campos sua atuação no contexto da história da agricultura familiar e o recente reconhecimento de sua ação através das políticas públicas específicas para mulheres. Bem como, contribuíram fortemente para “formulação e a implementação de políticas públicas para as mulheres rurais e para a afirmação de uma agenda feminista no desenvolvimento rural” (RAMOS, 2016, BUTTO, 2011, p. 14).

Entretanto, fatos como a desigualdade de gênero enfrentada pelas agricultoras familiares, desde a inserção da agricultora nos movimentos comunitários e sociais, sua ascensão do protagonismo de suas vidas e os reflexos para as famílias, mostram que o incentivo a participação das mulheres rurais e os esforços para integrá-las à ações participativas e emancipadoras, continuam objetos de formulações políticas inclusivas tanto para o acesso a inovação e a extensão da formação profissional (MALUF, 2013).

Ademais, marcos históricos sobre a trajetória da inclusão das mulheres através de movimentos sociais e políticas podem ser elencados conforme Butto, 2011 e Ramos, 2016, corroboram para melhoria das condições de vida e de trabalho das mulheres rurais.

Figura 8 – Linha do tempo dos movimentos de inclusão das mulheres no trabalho rural.



Fonte: Elaboração própria, 2021

Sistematicamente os movimentos históricos contribuíram para inclusão produtiva da mulher, faz-se necessário apresentar seus objetivos e os desafios superados:

- **Acesso a previdência Social:** Somente com a criação do Fundo de Assistência ao Trabalhador Rural (FUNRURAL), através da Lei nº 4.214, de 02 de março de 1963, as trabalhadoras rurais passaram a ter acesso a benefícios previdenciários.
- **Reforma Agrária:** Conforme dados censitários quase a metade da zona rural brasileira é composta por mulheres, e cada vez mais elas assumem as responsabilidades pelo grupo familiar e são profundamente afetadas pelos processos migratórios.
- **Encontro Nacional de Mulheres Trabalhadoras Rurais da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG):** Inserção das Mulheres nos movimentos sindicais, através das organizações sindicais de domínio nacional e de organizações não governamentais e sob forte influência da Constituinte de 1988.
- **Criação da Articulação Nacional das Mulheres Trabalhadoras Rurais,** com enfoque no reconhecimento e a valorização das trabalhadoras rurais, visando atender as mulheres indígenas, pescadoras, trabalhadora rural extrativista e as mulheres quilombolas.
- **A Marcha das Margaridas:** movimento fundamentalista no processo de rompimento com as desigualdades de gênero e busca por solução para erradicação da fome, da pobreza rural e da violência sexista.
- **Acesso crédito Rural** através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) estabelecendo uma relação de confiança entre elas e o concedente, garantindo o comprometimento com o recurso financiado, a organização do ciclo produtivo e o pagamento do financiamento no final da carência estipulada.
- **O PRONAF-MULHER,** é um crédito para atender as especificidades produtivas das mulheres rurais. Tem como finalidade reconhecer e estimular o trabalho das mulheres rurais na agricultura familiar.

- O Programa Nacional de Documentação da Trabalhadora Rural (PNDTR), criado em 2004 pelo Ministério de Desenvolvimento Agrário, veio fortalecer a autonomia e a condição de cidadã das agricultoras. Assistência técnica e extensão rural: A partir da nova lei de ATER, nº 12.188 de janeiro de 2010, traz em seu artigo 3º, sobre os princípios desta lei, no capítulo V, disposições a respeito da equidade nas relações de gênero, geração, raça e etnia.
- Na elaboração do II Plano Nacional de Reforma Agrária (2004), o governo se responsabilizou em transpor o desafio de superar as desigualdades entre homens e mulheres residentes do meio rural. Com a publicação da Portaria nº 981/2003 e da Instrução Normativa nº 38/2007 do INCRA, as mulheres puderam ter acesso à propriedade da terra.

Nesse contexto de emancipação e garantias dos direitos das mulheres rurais, identificamos este grupo de produtoras rurais pertencente a ASSTRF-PANA, no qual conta com um total de 40 (quarenta) mulheres, com idade entre 18 a 70 anos, que anseiam pela oportunidade inserção no mercado, visando garantir renda e oportunidade trabalho para seus membros familiares.

Faz-se oportuno apresentar nas próximas seções uma contextualização sobre a dimensão do empreendimento agroindustrial, através da abordagem conceitual sobre agroindustrialização, organização e gestão no âmbito da agricultura familiar.

1.3 AGROINDUSTRIALIZAÇÃO NO CONTEXTO DA AGRICULTURA FAMILIAR

A agroindustrialização é uma alternativa para minimizar os entraves para comercialização do excedente da produção rural e viabilizar a permanência das famílias no campo através da transformação do excedente da produção familiar em produtos agroindustrializados (LACERDA et al. 2007).

Gerar renda e agregar valor aos produtos gerados pela agricultura familiar é um desafio aos ambientes tecnológicos e políticos da inovação. Assim como, fomentar a agroindustrialização é um desafio importante na construção das agendas de sustentabilidade, em projetos políticos de fortalecimento das atividades produtivas familiares, bem como, no alcance de melhores condições de vidas as famílias envolvidas (EID et al., 2015).

As agroindústrias familiares são importantes fomentadores do desenvolvimento rural, representam o setor da cadeia produtiva que agrega a produção e reprodução socioeconômica para as famílias rurais, no sentido de agregação de valor, capacidade de gerar novos produtos, e reproduzir o aproveitamento de matérias primas e a redução do consumo de

mercadorias exógenas, além da transferência monetária para outras regiões, contribuindo para o fortalecimento das economias locais (SILVA; SANTOS; PONCIANO, 2018.)

Descrever a atividade da agroindustrialização familiar requer compreender toda a etapa de processamento dos produtos agroalimentares em subprodutos embarcados do valor final da atividade familiar. Constata-se, neste modelo formal de empreendimento, o envolvimento da mão de obra familiar no processo de produção e gestão do negócio. Além das articulações institucionais com entidades governamentais, universidades, pesquisa e assistência técnica que fomentam a inovação social e tecnológica no setor rural, contribuindo na construção de estratégias (PELEGRINI e GAZOLLA, 2009; MASSINELI, 2014; XAVIER, 2015).

A partir destes desafios para o avanço da agroindustrialização na familiar, verifica-se algumas fragilidades dos agricultores familiares, que impedem ou atrasam o avanço tecnológico como a indefinição da aptidão agrícola das terras, morosidade na organização política dos assentados e ainda, a capacidade de interagir com as entidades governamentais e não governamentais, definindo as suas potencialidades, demandas e necessidades por meio da organização interna e da competência em obter o projeto sustentável (MACIEL, R. et al., 2017).

Em um cenário, no qual os agricultores familiares estão desestimulados pela baixa rentabilidade de suas atividades produtivas, e pela insatisfação econômica atreladas a dificuldade de garantir a reprodução da família. Deparam-se com ameaças da concorrência direta de grandes conglomerados alimentícios, com a presença de atravessadores que estabelecem uma situação de exploração dos agricultores, em relação ao preço pago aos produtos agroalimentares, pagando um preço inferior aos custos de produção (WESZ JUNIOR, 2010; EID et al., 2015).

Ademais, é importante ressaltar que a política de fomento à agroindústria não advém apenas de iniciativa governamental e não é um movimento recente, e sim, parte de uma construção resultante da pressão dos movimentos sociais rurais, que requerem incessantemente melhorias estruturais e dos processos produtivos na agricultura familiar, alinhados as estratégias de fomento para agregação de valor e na geração de renda obtida pela agroindustrialização da matéria prima, corroborando assim para diminuição da dependência de outros segmentos da cadeia produtiva (WEZS JUNIOR, 2010 *apud* PREZOTTO, 1999; EID et al., 2015).

Além disso, características das agroindústrias familiares rurais estão em constantes análises acadêmicas sob vertentes da pluriatividade, multifuncionalidade e ruralidade, estudos

que destacam o modo do conhecimento científico em olhar ambiente rural enquanto um espaço não exclusivamente agrícola, e destacam as formas de intervenção para além da produção primária, por se tratar de uma estratégia para diversificar a produção e garantir as condições socioeconômica para as famílias rurais, devido ao forte potencial de agregar valor à produção, ampliar o número de produtos ofertados no comércio local, diminuir a dependência de mercadorias de fora do ambiente produtivo e a transferência monetária para outras regiões, contribuir para o fortalecimento das economias locais. Além de promover a organização da produção das famílias rurais (SILVA; SANTOS; PONCIANO, 2018).

Importante destacar uma outra dimensão das atividades de processamento de alimentos realizadas pelas famílias rurais, como forma de aproveitamento do excedente de produção e autoconsumo, em cozinhas ou em espaços que se constituem como extensão destas, na qual, despertam interesse de pesquisadores com a finalidade de contextualizar as atividades que ocorrem de maneira informal, possibilitam a compreensão da relevância do setor informal de processamento de alimentos em agroindústrias familiares rurais e apresentam os fatores que tornam a atividade invisível neste setor (CRUZ, 2020).

No contexto das políticas públicas, verificam-se novos programas, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) que possibilitam o acesso das produtoras rurais para iniciar ou fortalecer as agroindústrias familiares rurais, pois garantem a comercialização, e possibilita o acesso a mercados institucionais (LUTKE; COSTA, 2019).

Em adição, outro destaque importante para este estudo foi abordado por Lutke; Costa, (2019) *apud* Wesz Junior, Trentin e Filippi (2009), nos quais relacionam as agroindústrias familiares rurais à busca pela diversificação produtiva, à revalorização de produtos tradicionais e à valorização de produtos com padrões de qualidade onde contam variáveis históricas, geográficas e culturais. Além de constituir um novo espaço e numa nova forma de empreendimento social e econômico, pois há agregação de valor e aumento de renda para os agricultores familiares (LUTKE; COSTA, 2019 *apud* QUADROS, 2012).

A propósito, o empoderamento das mulheres rurais, segundo Lutke; Costa, (2019) está relacionado a valorização da força de trabalho, a igualdade de direitos, participação nas tomadas de decisões, direito de viver sem sofrer violência de gênero, criação e fortalecimento de políticas públicas específicas. Contando-se que as mulheres estejam envolvidas em um trabalho no qual haja divisão dos trabalhos de forma justa entre mulheres e homens, possibilitando que as mulheres também possam ter tempo livre para lazer, cuidados com a família, o lar e atividades além do ambiente de trabalho.

A promoção dos produtos agroindustriais para fins exclusivos de uso de sinais coletivos de acordo com a classificação proposta para os produtos priorizados, enquadram-se aos apontamentos apresentados por Lacerda *et al.*, (2007), na qual se propõe a diferenciação e originalidade dos produtos da pequena agroindústria como uma importante estratégia para a inserção e ampliação de espaço no mercado. Estabelecendo um conceito referencial de qualidade, a categorização dos produtos visando o fortalecimento de marcas locais dos assentamentos, associadas à sua cultura e à sua realidade (Lacerda *et al.*, 2007 *apud* Araújo 2005).

A agroindústria familiar rural é uma atividade predominante no meio rural brasileiro, embarcar aspectos culturais, sociais, econômicos e ambientais e, na maior parte dos casos, os produtores rurais beneficiam a própria produção agrícola, gerando renda extra aos grupos familiares (SILVA; SANTOS; PONCIANO, 2018).

Em geral, o processamento de alimentos em estabelecimentos rurais de pequeno porte não estão formalizados, ocorrem em muitos estabelecimentos rurais de pequeno porte, na qual predominam atividades voltadas ao processamento tradicional e/ou artesanal, embarcados das relações locais de produção, através de suas características edafoclimáticas e socioculturais que asseguram as condições e conhecimentos propícios à produção de alimentos de qualidade singular, crescentemente valorizados pelo mercado consumidor (CRUZ, 2020, p. 4).

Diante de um ambiente competitivo, em que os consumidores estão cada vez mais exigentes e preocupados com a saúde, bem-estar animal e qualidade do meio ambiente, as pequenas agroindústrias precisam criar estratégias de comercialização para tornar seu produto competitivo, ganhar espaço no mercado consumidor e o atendimento dos clientes. Para isso, muitos desses empreendimentos se unem por meio de cooperativas/associações, buscando forças para competir nesse ambiente (ALBUQUERQUE, 1992).

Outros aspectos importantes para firmar a competitividade das agroindustriais familiares, é a valoração do produto oriundo da matéria-prima da propriedade familiar, o incremento da renda das famílias envolvidas no processamento, abertura das relações comerciais de oferta de produtos com qualidade, com a exclusão da figura do atravessador ou intermediário nas relações de venda dos produtos, impactando na formação do preço e alocação de recursos para melhoria e/ou ampliação da atividade.

Verifica-se que a dinâmica produtiva da agroindústria familiar rural que apresenta modelos de gestão e planejamento que podem proporcionar eficiência nas etapas de processamento e que podem ampliar sua capacidade produtiva e competitividade mercado

quando apresenta processos controlados que facilitem a tomada de decisões. Análise resultante este trabalho, consiste em verificar as condições para o fortalecimento da agroindústria familiar, propiciando a emancipação financeira das produtoras através da valoração e inserção no mercado dos produtos originários do trabalho da mulher (SILVA; SANTOS; PONCIANO, 2018).

2 LEGISLAÇÃO SOBRE MARCAS NO BRASIL

Desde o surgimento da primeira lei brasileira de proteção de marcas, em 1875, até a atual a Lei de Propriedade Industrial brasileira - LPI 9.279/1996 na qual regulam-se a concessão e os direitos de patentes, marcas, desenhos industriais e indicações geográficas, muitas transformações ocorreram no âmbito da legislação nacional e internacional, para garantir aos titulares destes direitos a possibilidade de exercerem suas atividades originárias das criações do intelecto, com uma maior proteção jurídica (BRASIL, 1996).

Em conformidade com Bergamaschi (2015), o mesmo afirma que no cenário internacional os tratados e as convenções exercem importante papel na proteção destes direitos, servindo de balizadores nas negociações internacionais que envolvam transferência de tecnologia. A regulação sobre marcas no Brasil, está amparada por tratados internacionais como: Convenção de Paris para proteção da propriedade industrial — Promulgada pelo Decreto Lei nº 75.572 de 08/04/1975. Conforme descreve Faria, 2011:

A Convenção da União de Paris (CUP) teve seu início no ano de 1883 e foi a resposta à demanda de inventores e comerciantes por padrões mínimos de proteção à propriedade industrial para além das fronteiras da nacionalidade. A CUP foi um passo importante que possibilitou uma harmonização mínima das legislações nacionais dos países espalhados pelo globo, de forma a criar as bases do que hoje podemos chamar de sistema de propriedade industrial. A CUP objetivava criar padrões mínimos no campo de proteção das marcas, patentes, modelos de utilidade, desenhos e modelos industriais, indicações geográficas e combate à concorrência desleal (FARIA, p. 55, 2011)

Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio — ADPIC/TRIPS — Conforme publicação no DOU 31/12/1994, Seção I, Suplemento ao N.248-A,

O Acordo TRIPS é parte de um Acordo maior sobre comércio internacional, sendo que o TRIPS trata especificamente do caso da propriedade intelectual. O TRIPS, sem anular as Convenções de Paris (propriedade industrial), Berna (direito de autor) e Roma (direitos conexos aos direitos de autor), estipula padrões mais elevados referentes à proteção da propriedade intelectual, bem como sanções a serem aplicadas diretamente sobre as atividades comerciais para os países que não se

obrigarem a proteger e, portanto, descumprir o exposto no Acordo referente à propriedade intelectual. (FARIA, p. 57, 2011 *apud* HASENCLERVER, *et. al.*,2011.).

A LPI sintetiza as definições de marca em quatro diferentes naturezas, conforme previsto o art. 123, inciso I, II e III: marcas de produto ou serviço; coletiva; e de certificação, além descrever a forma de apresentação, as marcas podem ser nominativas, figurativas, mistas ou tridimensionais (PRETO; FRANCO; BRUCH, 2020).

Quadro 4 – Natureza das Marca.

Marca de Produto ou Serviço	Marca Coletiva	Marca de Certificação
Artigo 123, inciso I, da LPI, caracteriza como marca de produto ou serviço aquela utilizada para distinguir um produto ou serviço de outro que seja idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa	Utilizada para assinalar produtos ou serviços provindos de uma determinada instituição, assim como prevê o artigo 123, inciso III, da LPI.	Conforme prevista no artigo 123, inciso II, da LPI, essa marca tem como intuito constatar se o produto ou o serviço estão de acordo com as normas ou as especificações técnicas definidas, em relação à qualidade, à natureza, ao material e à metodologia empregados.

Fonte: Adaptado de ARRABAL, 2017.

O entendimento quanto a classificação da natureza da marca, assegura que seu registro esteja de acordo com mercado de atuação, e em conformidade a classificação do produto. Assegurando os meios legais para impedir que concorrentes utilizem a mesma marca ou similar, seguindo o protocolo de registro de marca (PRETO; FRANCO; BRUCH, 2020).

A padronização comercial através dos seus sinais distintivos do empreendimento ou organização fornecedor garante a ao consumidor a distinção clara das “mercadorias e os serviços oferecidos pelos empresários, nessa medida, cumpre a função essencial ajudar o consumidor a identificar claramente os produtos e serviços” (RAMÍREZ HINESTROZA, 2021, p. 6, tradução nossa)⁶.

Cabe ressaltar, que o requerente do pedido de marca coletiva, está condicionado às entidades com personalidade jurídica, de caráter privado ou público. Portanto, fica condicionada que uma pessoa física não pode ser de titularidade de uma marca coletiva (BARBOSA; REGALADO, 2013).

A finalidade da marca está conceituada em seu caráter coletivo e ou individual, a distinção entre as definições e finalidades está determinada pela origem da produção, conforme os conceitos do quadro 5:

⁶ los bienes y los servicios que ofrecen los empresarios, en esa medida, cumple con la función esencial de ayudar al consumidor a identificar claramente los productos y servicios (RAMÍREZ HINESTROZA, 2021, p. 6).

Quadro 5 – Definições e finalidades

Marca Coletiva	Marca Individual
É a referência ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade	Aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa

Fonte: INPI, 2021.

Quanto à classificação da forma de apresentação, sistematizamos os formatos no quadro 6, conforme os conceitos apresentados no INPI sobre marca nominativa, figurativa, mista ou tridimensional, entende-se como um atributo de referência visual para o consumidor no momento de sua compra possa identificar e reconhecer a marcar de seu interesse no mercado (INPI, 2020).

Quadro 6 – Classificação de Marca.

Marca nominativa ou verbal	Marca figurativa ou emblemática	Marca mista ou composta	Marca tridimensional
Sinal constituído por uma ou mais palavras no sentido amplo do alfabeto romano, compreendendo, também, os neologismos e as combinações de letras e/ou algarismos romanos e/ou arábicos, desde que esses elementos não se apresentem sob forma fantasiosa ou figurativa.	Sinal constituído por: Desenho, imagem, figura e/ou símbolo; qualquer forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo isoladamente, ou acompanhado por desenho, imagem, figura ou símbolo; Palavras compostas por letras de alfabetos distintos da língua vernácula, tais como hebraico, cirílico, árabe etc.; Ideogramas, tais como o japonês e o chinês	Sinal constituído pela combinação de elementos nominativos e figurativos ou mesmo apenas por elementos nominativos cuja grafia se apresente sob forma fantasiosa ou estilizada.	Sinal constituído pela forma plástica distintiva em si, capaz de individualizaros produtos ou serviços a que se aplica. Para ser registrável, a forma tridimensional distintiva de produto ou serviço deverá estar dissociada de efeito técnico

Fonte: INPI, 2021.

Importante destacar que a proteção conferida pelo Estado não ultrapassa os limites territoriais do país e, somente nesse espaço físico, é reconhecido o direito de exclusividade de uso da marca registrada (INPI, 2021).

O artigo 129 da LPI consagra o princípio da proteção territorial quando prescreve: “a propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional (...)” (INPI, 2021).

O artigo 129 da LPI consagra o princípio da proteção territorial prescrevendo sobre os requisitos de validade da marca através da expedição e publicidade do registro adquire-se pelo e outras disposições da lei, assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional (INPI, 2021).

Em território brasileiro aplica-se, implica dizer que o registro válido é atributivo de propriedade ao seu titular. Todavia, a própria lei prevê uma exceção quando reconhece o direito de precedência ao registro para aquelas pessoas que já utilizam a marca, idêntica ou semelhante, de boa-fé, referindo-se a produtos e serviços idênticos, semelhantes ou afins, no país há pelo menos 6 (seis) meses (BRASIL, 1996).

O registro da marca tem validade de 10 anos, se não houver a nulidade, caducidade ou a renúncia, prorrogáveis por tempo indeterminado, sendo que a solicitação sempre terá que ser feita pelo titular do registro, durante o último ano de vigência, ou nos seis meses subsequentes, mediante pagamento de retribuição adicional.

Adentrando ao produto de entrega deste estudo, no qual estabelecemos elaborar o regulamento de uso da marca coletiva por membros da entidade detentora do registro, a legislação prevê as condições e proibições de uso comum entre associados, sem necessidade de licença de uso, desde que estejam previstos no regulamento de utilização da marca. (INPI, 2021).

Os requisitos do regulamento de uso estão expressos na Instrução Normativa (IN), na qual rege as orientações ao solicitante quanto à apresentação e exame do regulamento de utilização referente às marcas coletivas, conforme expresso na Lei nº 9.279/1996:

Art. 147. O pedido de registro de marca coletiva conterá regulamento de utilização, dispondo sobre condições e proibições de uso da marca. Parágrafo único. O regulamento de utilização, quando não acompanhar o pedido, deverá ser protocolizado no prazo de 60 (sessenta) dias do depósito, sob pena de arquivamento definitivo do pedido. (BRASIL, 1966) Art. 149. Qualquer alteração no regulamento de utilização deverá ser comunicada ao INPI, mediante petição protocolizada, contendo todas as condições alteradas, sob pena de não ser considerada. (BRASIL, 1966).

As informações constantes no requerimento anexo deverão ser entregues, seguindo o protocolo para o registro de Marcas no INPI, conter obrigatoriedade o regulamento de utilização da marca no ato depósito ou até sessenta dias após do protocolo inserido no sistema (BARBOSA e REGALADO, 2013).

Sistematicamente, consolidamos as principais características para obtenção de uma marca coletiva, apresentados no Quadro 7:

Quadro 7 – As principais características de uma marca coletiva

Características	Marca Coletiva
Função	Identificar produtos/serviços da entidade coletiva titular da marca
Titularidade	Entidade coletiva representativa de coletividade
Controle	Especificado pelos próprios produtores ou por quem estes determinarem
Associação	Obrigatoriedade de ser membro ou associado ao titular
Documentação particular	Regulamento de utilização
Direito de uso	Membros ou associados ao titular
Vigência	Dez anos, passível de renovação

Fonte: Adaptado de Barbosa e Regalado, 2013.

No âmbito internacional o registro de marca é regulado pela OMPI⁷, as respectivas normas e tratados internacionais estão disponíveis para consulta na página da organização. Caso o profissional ou interessado, necessitem realizar consultas aos documentos junto à organização, deverá observar os critérios para registro de marca, com relação a notoriedade, a similaridade com marcas de grande renome e o potencial da marca para expansão além dos limites do país. É recomendável que membros de países signatários realizem as consultas nesta base de dados internacional. Para este estudo delimitou – se a prospecção sobre a registrabilidade da marca na base de nacional do INPI, como será demonstrado no item 3.1.

Com esse entendimento, partimos para seção que apresenta os fundamentos sobre o registro de marca coletiva, visando sistematizar algumas informações sobre a execução do pedido.

2.1 REGISTRO DE MARCA COLETIVA

Os segmentos consumidores de alimentos e serviços acompanham as inovações e as regulações mercadológicas, adotando em seu critério de fornecimento a padronização e a certificação de qualidade e/ou origem de produtos e serviços. Portanto, faz-se necessário que o fornecedor e/ou produtor se apresente por uma identificação, na qual contenha sinais distintivos para composição de sua marca. Esta criação de sinais distintivos está amparada pela legislação brasileira de proteção à propriedade intelectual (WINKELMANN, 2014).

⁷ [...] La OMPI es el foro mundial en lo que atañe a servicios, políticas, cooperación e información en materia de propiedad intelectual (P.I.). Es un organismo de las Naciones Unidas, autofinanciado, que cuenta con 193 Estados miembros. Disponível em: <https://www.wipo.int/about-wipo/es/>. Acesso em 05 de fevereiro de 2021.

Segundo Winkelmann, 2014, o interesse coletivo em produzir e ofertar produtos ou serviços que tenham o reconhecimento do mercado e dos consumidores, inicia-se com a organização em associações, cooperativas ou sindicatos embarcados das características das empresas, das comunidades ou dos produtores rurais, que tenham por objetivo a ofertar de produtos e serviços reconhecidos através de seus sinais distintivos coletivos.

Daí a importância do registro de uma marca coletiva, está em promover a identificação e diferenciação de produtos e serviços de uma entidade comum formalizada, que atendam aos requisitos da natureza coletiva. De forma, que a marca pertença à pessoa jurídica representante de coletividade, como por exemplo, uma associação ou cooperativa (MAPA, 2020).

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) estabelece o seguinte o preceito sobre marca, como todo sinal distintivo aposto facultativamente aos produtos ou serviços, definido pelo seu titular para identificá-los e diferenciá-los de outros idênticos ou semelhantes de origem diversa. Do mesmo modo, “podem referir uma determinada coletividade produtora como marca coletiva e/ou podem designar certos atributos técnicos relativos a produtos ou serviços como marca de certificação” (ARRABAL, 2017, p. 161,).

O instituto normativo brasileiro rege através dos tratados internacionais e da legislação brasileira (Lei de Propriedade Intelectual – LPI), sobre os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, define que a marca como sinais visualmente perceptível que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos de procedência diversa, assegurando sua distintividade, bem como, certifica a qualidade dos mesmos com determinadas normas e especificações técnicas (INPI, 2012).

Para este estudo, considera-se as definições e apresentações de marca coletiva, que segundo WINKELMANN (2009), trata-se de sinais distintivos que indicam que um produto ou serviço provém, ou, é prestado por uma pessoa membro da Associação titular da marca, o que o distingue de outros produtos ou serviços da mesma classe, reafirmando que:

Uma marca coletiva geralmente pertence a uma associação ou cooperativa cujos membros possam utilizar esta marca coletiva para comercializar os seus produtos. A associação geralmente estabelece uma série de critérios para o uso da marca coletiva (por exemplo, padrões de qualidade) e autoriza cada empresa associada a utilizar a marca desde que respeite tais critérios. As marcas coletivas podem ser um meio eficaz para a comercialização conjunta dos produtos de um grupo de empresas para as quais seria mais difícil levar os consumidores a reconhecer as suas próprias marcas e/ou levar os principais distribuidores a aceitar a distribuição dos seus produtos. (WINKELMANN, 2009 *apud* OMPI, 2003, p. 15).

Faz-se oportuno ressaltar, que o registro da marca não é suficiente para o reconhecimento mercadológico, devendo então estes sinais, compor-se de características distintivas aos consumidores, de modo apresentar um produto ou serviço, e através de sua marca, o consumidor ser capaz de distingui-lo de outro idêntico, semelhante ou afim. Considerando sempre o seu posicionamento de mercado e mantendo suas características, como adoção de estratégias de consolidação de marca da sua empresa (SEBRAE, 2020).

Aos seus criadores, garantir a novidade e a distinção de produto ou serviço em determinado ramo do mercado, através do registro de marca, contribuem para a consolidação da imagem e da reputação de produtos e de empresas, asseguram o reconhecimento e a confiança por parte de seus consumidores, tornando-se assim, uma importante estratégia de vantagem competitiva, e um instrumento de proteção do produto ou serviço (PRETO; FRANCO; BRUCH, 2020)

De acordo com o posicionamento de Regalado (2012) as marcas coletivas são ferramentas estratégicas que promovem o posicionamento no mercado, criam reputação e garantem a proteção frente à concorrência desleal entre produtos similares produzidos sem o caráter da coletividade. Além de viabilizar, a organização gerencial e produtiva da atividade econômica. As marcas coletivas, devem ser utilizadas por pequenos produtores que, isoladamente, não conseguem competir no mercado de grandes corporações, mas, em conjunto, se tornam atores fortalecidos.

2.1.1 Regulamento de Utilização

O Regulamento de Utilização trata-se de um documento fundamental no processo de criação e registro de uma marca coletiva, requisito obrigatório por parte do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) para o depósito de pedido de registro, neste documental conterà as condições e proibições para o uso dessa marca por parte de seus associados, pessoas físicas ou entidades jurídicas. Ademais, o Regulamento de Utilização é um importante instrumento de pactuação e comunicação interna da entidade detentora da marca coletiva com os seus integrantes (INPI, 2020).

Este instrumento é regulado pela Instrução Normativa nº 19/2013, de 18 de março de 2013, que apresenta a estrutura básica de um regulamento de utilização, ou mesmo, sua apresentação poderá ser formatada fora deste padrão desde que contenha as condições e proibições para o uso da marca pelos membros autorizados pela entidade representativa da

coletividade, além de informações da instituição detentora. E contribua à melhoria da organização social da entidade e apoio a valorização e comercialização de seus produtos.

Bergamaschi (2015) enfatiza que é importante que o referido documento sobre o regulamento de uso de marca esteja em harmonia e concordância com os valores e realidade vivida, ou viável, desejada por seus integrantes. Ao conter as condições, proibições e eventuais sanções, o Regulamento de Utilização não é para ser um documento de regramentos voltados a imposições e punições. Pelo contrário, sua função é ser uma referência de pactuação entre os integrantes da entidade para maior adesão à ação via marca coletiva, aumentando a confiança e o compromisso coletivo com essa missão, entendendo que apesar dos desafios e dificuldades envolvidos nesse processo, os benefícios conquistados coletivamente são importantes e uma conquista de todos os envolvidos.

Portanto, acerca das condições para uso da marca coletiva, no Regulamento de Utilização é importante que estejam informadas as características de qualidade exigidas para o produto poder utilizar a marca, ou haver referência dos documentos internos da organização, que mencione a exigência e as condições para o uso da marca coletiva (BARBOSA, P., 2016).

O mesmo se aplica para as boas práticas de produção e manejo adotadas por todos os envolvidos. Também, se a marca poderá ser utilizada somente com uma marca única nas embalagens dos produtos de seus associados apenas conjuntamente às marcas dos produtos dos integrantes da organização ou em ambas situações. Assim como quanto à forma de apresentação da marca na embalagem, respeitadas, se houver, as regras legais acerca da composição do rótulo do produto. O Regulamento de Utilização pode prever também as proibições e as sanções (CARVALHO, 2009).

O regulamento de utilização de marca coletiva deve apresentar de acordo com Porto (2011):

- Descrição da pessoa jurídica requerente, indicando sua qualificação, objeto social, endereço e pessoas físicas ou jurídicas autorizadas a representá-la;
- Condições para a eventual desistência do pedido de registro ou renúncia, parcial ou total, do registro de marca;
- Requisitos necessários para a afiliação à entidade coletiva e para que as pessoas, físicas ou jurídicas, associadas ou ligadas à pessoa jurídica requerente, estejam autorizadas a utilizar a marca em exame;
- Condições de utilização da marca, incluindo a forma de apresentação e demais aspectos referentes ao produto ou serviço a ser assinalado;
- Sanções aplicáveis no caso de uso inapropriado da marca.

Contudo, deve-se sempre ter em vista que a sua finalidade é contribuir com o processo do fortalecimento comunitário da entidade e da marca coletiva, e não focar no regramento das pessoas, trata-se de um compartilhamento de responsabilidades e direitos.

O regulamento de uso de marca normatiza recomendações de uso e a correta aplicação da marca contendo todas as especificações e recomendações para a correta utilização do registro de marca, visando preservar a uniformidade e coerência de comunicação da marca em todas as formas de veiculação do selo principalmente nos rótulos dos produtos alimentícios.

2.2 MARCAS COLETIVAS X INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Atualmente estudos analisam que o registro de marcas com o uso conjunto de marcas e indicações geográficas no Brasil, podem causar inconvenientes ou não quando produto protegido pela indicação geográfica e pela marca é o mesmo, porém a marca não contém o nome geográfico protegido (BARBOSA; CAMPOS, 2019).

Segundo Barbosa e Campos, 2019 p. 74, a relação entre os sinais que compõe uma marca e uma indicação geográfica, estão amparadas pela propriedade intelectual no Brasil, ambas têm função de identificar e de proteger produtos e serviços no mercado, diferenciam-se quanto suas funções jurídicas, na qual “as marcas relacionam-se a capacidade de distinguir produto ou serviço diante dos concorrentes, enquanto a indicação geográfica visa proteger o nome geográfico, seja ele de país, cidade ou localidade”. Os atributos entre marca coletiva e indicação geográfica (IG) se assemelham, nas seguintes funções:

Quadro 8 – Atributos entre Marca Coletiva e Indicação Geográfica (IG)

Criação de sinais	Vantagens	Propriedade intelectual
Apresentam sinais que favorecem a distintividade de produtos e serviços comerciais no mercado.	Ambas conferem vantagens comparativas para impulsionar o desenvolvimento local	Regidas pela LPI, 1996; Instrumentos normativos que regulam o uso destes sinais, especificamente, marcas coletivas ⁸ e indicações geográficas ⁹ .
Os signos coletivos trazem retornos a coletividade associada, sendo esta, devidamente habilitada a usar estes signos.	Titularidade coletiva (marcas coletivas, pertencem as pessoas vinculadas a associação titular; IG pessoas físicas e jurídicas contidas na área geográfica delimitada)	Manual de Indicações Geográficas; Manual de Marcas.

Fonte: Adaptado INPI, 2020.

⁸ Instrução Normativa nº 19/2013, de 18 de março de 2013.

⁹ Instrução Normativa PR nº 095/2018.

Preconiza-se para este trabalho que, Marca Coletiva, não contenha nome geográfico registrado junto ao INPI, e sim especificidade do bioma, classificação de produtos, conforme o produto proposto. Contemplados os três princípios: veracidade, territorialidade e especialidade.

A veracidade diz que uma marca não pode ser enganosa, confundir o consumidor, nem indicar propriedades inverídicas. A proteção é exclusiva ao território do país ou bloco regional onde foi feito o registro (...) especialidade refere-se à limitação da exclusividade, ou seja, a proteção é restrita aos produtos ou serviços que distingue, que, na prática, se traduz nas classes de registro (PRETO; FRANCO; BRUCH, 2020).

Ao fato que o INPI regulamentou a proibição de registro como marca de nome composto por indicação geográfica em dois pilares principais: ter a indicação geográfica registro reconhecido no Brasil e haver afinidade mercadológica (BARBOSA; CAMPOS, 2019).

O produto tecnológico resultante deste estudo é uma marca coletiva que identifiquem as produtoras do Projeto de Assentamento Nova Amazônia, composto por sinais figurativos que contemplem os produtos agroalimentares para mercado local, e promovam o desenvolvimento da região nas dimensões socioeconômicas, além de ser um forte condutor da melhoria da qualidade de vidas das famílias envolvidas e de todo entorno na localidade. O processo de desenvolvimento do P A Nova Amazônia, está diretamente ligado ao protagonismo das produtoras, aliados aos fatores de valoração dos recursos locais para alcançarem devida valorização destes produtos (SOUZA; GOES; LOCATELLI, 2017).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E RESULTADOS

O presente estudo fora desenvolvido por meio de uma pesquisa exploratória, na qual permite a definição do tema delimitado através do levantamento de referenciais proporcionando maiores informações no âmbito bibliográfico, visando facilitar a delimitação do tema da pesquisa; orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir um novo tipo de enfoque para o assunto (PRODANOV e FREITAS, 2013).

A pesquisa exploratória permite a prospecção de capítulos de livros, documentos, e entre outras publicações sobre as palavras chaves relacionadas ao tema, as buscas de referenciais bibliográficos foram desenvolvidas através de acessos regulares ao banco de dados do Portal Periódicos Capes (<https://www-periodicos-capes-gov-br.ezl.periodicos.capes.gov.br>), SciELO (<https://search.scielo.org>), Google Acadêmicos

(<https://scholar.google.com.br>), Base de dados da pesquisa agropecuária (<https://www.bdpa.cnptia.embrapa.br>), Sistema aberto de informação e integrado a agricultura (<https://www.sabiia.cnptia.embrapa.br/sabiia/>).

BDPA® e Sabiia® são mecanismos de buscas automatizados que coletam e centralizam metadados de provedores de dados científicos de acesso aberto, previamente selecionados. Essa interface reúne informações sobre agricultura e áreas afins, possibilitando o acesso ao texto integral de milhares de publicações científicas disponíveis em diversas instituições nacionais e internacionais. Permitem o acesso a documentos como livros, capítulos de livros, artigos em periódicos, folhetos, teses, anais e *proceedings*¹⁰ de eventos, entre outros (EMBRAPA, 2021).

3.1 BUSCA DE ANTERIORIDADE

Executou-se a busca da anterioridade, no buscador pePI - Pesquisa em Propriedade Industrial® que é um sistema de pesquisa na base de dados do INPI, e sua funcionalidade é disponibilizar aos usuários cadastrados no INPI ou usuários da internet, o acesso rol de processos registrados e o andamento dos pedidos.

Figura 9 – Interface da base de Marcas – INPI.

Fonte: INPI, 2021

A busca da novidade é regida pelo princípio da especialidade, na qual confere ao procurador verificar a novidade da marca dentro do seu campo de atuação e classificação de produtos ou serviços. Permite a correta orientação do consumidor, impedindo confusão por

¹⁰ Traduz-se execução

similaridade entre signos que possam causar dúvida ou conflito quanto ao seu objeto (ARRABAL, 2017).

Com vistas a verificar a novidade da marca SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA, realizou-se uma prospecção de anterioridade nas bases do INPI, associada aos termos “Lavrado”, “Nova Amazônia”, com o objetivo de verificar os critérios de registrabilidade de marcas coletivas que impeçam o pedido de registro de marcas para produto/serviço que com ela possua afinidade com indicações geográficas (BARBOSA *et. al.*, 2020). Resultante dessa busca, verifica-se os seguintes registros no quadro 9:

Quadro 9 – Consulta à Base de Dados do INPI

Número	Prioridade	Tipo de Marca	Marca	Situação	Titular	Classe
6818978	29/06/1977	Marca Nominativa	LAVRADOR	Extinto	Distribuidora de comestíveis disco SA	30:10:00
6818986	29/06/1977	Marca Nominativa	LAVRADOR	Extinto	Distribuidora de comestíveis disco SA	29:10:00
7123221	23/01/1979	Marca Nominativa	LAVRADORES	Extinto	Oliveira Pereira LTDA	29:30:00
812744101	11/07/1986	Marca Mista	LAVRADORES SUPERMERCADOS	Arquivado	Oliveira Pereira LTDA	29:10:00
815535040	27/06/1990	Marca Mista	LAVRADOR	Arquivado	Mercantil lavrador de alimentos LTDA	29:30:00
827429894	06/06/2005	Marca Nominativa	LAVRADOR	Arquivado	Beneficiadora de cereais São Francisco LTDA ME	NCL(8) 30
828262802	13/03/2006	Marca Mista	LAVRADORES	Registro	Lavradores supermercados LTDA	NCL(8) 30

Fonte: Adaptado INPI, 2021

A pesquisa na base de dados do INPI, realizada em agosto de 2021, com o seguinte critério elemento nominativo da marca, consultado pelo radical "lavrado", com a especificação da classe Internacional: "30", no qual foram encontrados 7 processos que satisfazem à pesquisa. Quanto ao termo “Nova Amazônia”, seguindo a mesma especificação de classe, não fora nenhum resultado.

Figura 10 – Selos de Identidade Geográfica e Marcas Coletivas registrados no INPI.



Fonte: Adaptado INPI, 2021

O INPI contém um conjunto de 68 Selos de Indicação Geográfica (IG), entre os selos não foi constatado nenhum sinal figurativo, ou nominativo que causasse confusão ao consumidor. Implicitamente, marcas coletivas apresentam similaridades com as indicações geográficas, pois apresentam os objetos de proteção similares, e são compostos por sinais distintivos que favoreçam a distintividade de produtos e serviços comerciais no mercado.

3.2 SUBMISSÃO DO PROJETO AO COMITÊ DE ÉTICA NA PESQUISA - CEP

Por se tratar de uma pesquisa que envolve seres humanos, como participantes diretos da metodologia grupo focal, na qual reúne coletivamente as pessoas com o objetivo de explorar informações para fins exclusivos desta pesquisa, fez-se necessário a submissão do projeto na Plataforma Brasil/Comitê de Ética em Pesquisa da UFRR (<https://plataformabrasil.saude.gov.br/login.jsf>), para fins de análise e autorização para aplicação.

Os documentos protocolados na Plataforma Brasil, foram: a) Folha de Rosto para Pesquisa envolvendo Seres Humanos; b) Projeto Básico (planilha eletrônica do sistema); c) Projeto Completo; d) Questionário de Pesquisa; e) Cartas de Anuência para Autorização de Pesquisa; f) Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE; g) e Carta de Solução de Pendência, em conformidade com a Resolução nº 466/2012 e a Resolução nº 510/2016, do Conselho Nacional de Saúde e as Orientações para Procedimentos em Pesquisas com

Qualquer Etapa em Ambiente Virtual/2021, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa e demais resoluções complementares. O cadastrado originou o Comprovante de Envio do Projeto, na Plataforma Brasil/Comitê de Ética em Pesquisa da UFRR, sob o CAAE: nº 50750121.7.0000.5302. Após análise, o Projeto de Pesquisa foi aprovado, pelo Parecer Consubstanciado do CEP sob nº 4.946.415, datado de 01 de setembro de 2021 (Anexo B).

3.3 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

A elaboração do diagnóstico participativo com o grupo de mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia I de Boa Vista-RR, foi desempenhado através de técnica de coleta de dados, denominada de grupo focal, metodologia que visa promover o meio de interação com os participantes, no momento em que os dados são gerados possibilitando que o pesquisador possa observar a espontaneidade do grupo os *insights*¹¹ para elucidação dos objetivos e hipóteses guiados por um roteiro de discussão orientando a interação dos participantes e o processamento das respostas através da sistematização e classificação dos dados (NOGUEIRA, 2019; PRODANOV; FREITAS, 2013).

Por meio desta prática metodológica foram analisados dados de mulheres, produtoras rurais associadas na Associação do Projeto de Assentamento Nova Amazônia I (ASSTRF-PANA) de Boa Vista-RR no período de duração do estudo (2020 a 2021). Nas visitas “*in loco*” na área de estudo, a coleta de informações foi realizada em três etapas, no período de fevereiro, abril e agosto de 2021 envolvendo um grupo focal com 17 mulheres do Assentamento Nova Amazônia I.

As participantes deste estudo foram abordadas pelos pesquisadores do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT), ponto focal UFRR, receberam as explicações acerca dos objetivos e procedimentos da pesquisa exploratória, riscos, benefícios, medidas de minimização de risco e de proteção da confidencialidade e serão convidados para a possível participação voluntária no estudo.

Após os esclarecimentos da pesquisa, as mulheres que concordaram voluntariamente em participar da pesquisa consentiram a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), disponível em português (APÊNDICE A), assinaram as vias do TCLE, e ficaram de posse de uma via do termo. Em caso de desistência, a participante da pesquisa

¹¹ Traduz-se intuições

poderá retirar o consentimento a qualquer momento e deixar de participar do estudo, se assim o desejar.

O presente estudo será realizado por meio de uma pesquisa exploratória, com levantamento de referencial teórico e elaboração de um diagnóstico participativo de uma Associação de mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia I de Boa Vista-RR, através de uma técnica chamada de grupo focal para coleta e análise de dados qualitativos, dividido em 3 sessões de 90 minutos.

Ao refletir acerca dos benefícios desta pesquisa, estão em conformidade com estudos de Gatti (2014), a técnica de “grupo focal” é proposição que representa uma nova estratégia metodológica para as pesquisas qualitativas, além de uma possibilidade de instigar novos saberes, de rever posturas profissionais e de aproximar a pesquisa dos cenários de prática e vice-versa.

O grupo focal como técnica de pesquisa foi bastante participativo e dinâmico, onde o mesmo sustentou as discussões em grupo, que permitiu o intercâmbio de saberes e experiências entre os participantes sobre todas as informações necessárias ligadas ao sistema agroindustrial local. A ferramenta conseguiu captar a motivação dos participantes, diante da manifestação de uma multiplicidade de pontos de vista e processos emocionais, por meio da aproximação, integração e envolvimento com um grupo de mulheres pequeno e homogêneo.

3.4 VALIDAÇÃO DOS PRODUTOS

A terceira reunião foi realizada em agosto de 2020, com o objetivo de apresentar os sinais figurativos e nominais criados para representarem a marca dos produtos das mulheres rurais. Conforme a Figura 11 abaixo, a marca apresenta sinais distintivos que indicam os produtos provenientes do processamento que poderá ser utilizado pelos membros da associação, assim como, apresenta algumas especificidades dos produtos gerados e do bioma da região. Para a realização desta arte, foi necessária a contratação de um designer.

Figura 11 – Projeto de logomarca inicial.



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Após apresentação dos sinais distintivos ao coletivo de mulheres, foram propostos alguns ajustes quanto a apresentação do signo que representa as mulheres e melhorar a apresentação do bioma da região, a marca final apresenta-se deste conforme a Figura 12:

Figura 12 – Projeto final da logomarca.



Fonte: Elaboração própria, 2021.

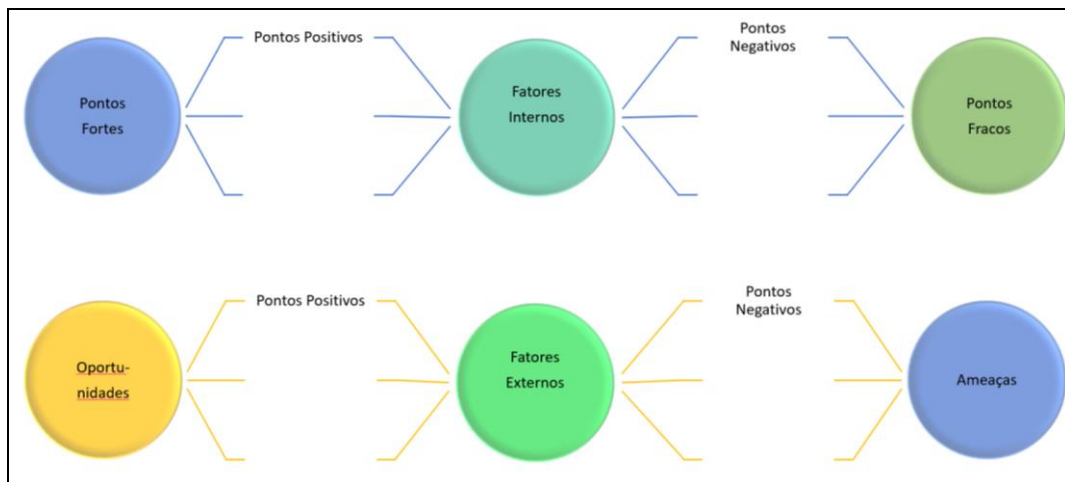
A minuta de regulamento de utilização foi apresentada na reunião, com destaques a composição de cláusulas que fixam as condições de utilização da marca coletiva SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA, com distinto gráfico do tipo misto, na classe NCL (30), com fim de regular as condições de uso desta marca pelas pessoas físicas associadas que sejam associadas à ASSTRF-PANA as ressalvas foram feitas no ato de reunião, o documento foi corrigido e analisado pelos orientadores.

Após a validação destes documentos foi necessário realizar outra viagem ao assentamento Nova Amazônia I para coletar as assinaturas dos representantes legais da associação (presidente e tesoureiro) na procuração para o consentimento de registrar a marca junto ao INPI (Apêndice D).

3.5 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE

O início da pesquisa deu-se início no mês de setembro de 2020 com o levantamento do referencial teórico. Em 2021, foi abordado a questão da agroindústria familiar com foco no produto em três etapas: planejamento, produção e comercialização, através da aplicação da ferramenta de diagnóstico, denominada matriz *SWOT*: *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (Ameaças), seguindo um roteiro conforme Figura 13.

Figura 13 – Análise SWOT



Fonte: Elaboração própria, 2021.

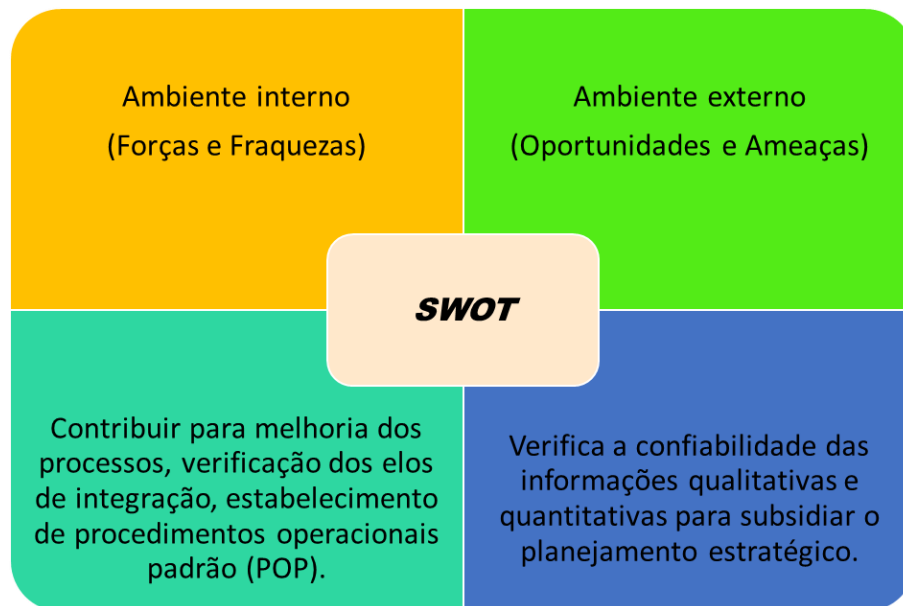
A aplicação da matriz SWOT contribuir para a avaliação institucional de uma empresa ou de um conjunto de empresas (cadeia produtiva), está ferramenta de planejamento possibilita a percepção das características internas e de seu ambiente externo. Os autores Schultz, Copetti e Waquil, 2011, constatam que tal ferramenta auxilia para tomada decisão e formação de estratégias, proposições de políticas, considerando-se as especificidades do empreendimento ou setor de serviço no qual se deseja avaliar.

De acordo com Freitas (2012), a Matriz *SWOT* é uma técnica para análise de cenários nos ambientes interno e externo das organizações empresariais ou coletivas que possibilitam identificar os apontamentos de forças, fraquezas, oportunidades, e ameaças relacionadas à colocação dos produtos ou serviços no mercado. No âmbito da administração, a matriz, é base para a gestão e o planejamento estratégico da organização, a técnica foi desenvolvida por Albert Humphrey, na Universidade de Stanford na Califórnia – EUA, aplicada a pesquisas aos planejamentos corporativos entre as décadas de 60 e 70.

Desta forma, o diagnóstico realizado através da análise *SWOT* contribuiu para o apontamento de estratégias de valoração de produtos agroindustriais das mulheres rurais do PA Nova Amazônia I e para potencializar o registro de marca coletiva deste grupo. Conforme postula Mascarenha Filho, Mascarenha e Irineu, 2013 o uso da matriz *SWOT*, permitirá ao

pesquisador o levantamento dos pontos fortes e suas respectivas aplicações a serem adotadas para melhoria do apontamento. Bem como, perceber novas oportunidades e suas aplicações para o contexto de melhoria do empreendimento. Além de, compreender como as fraquezas e as ameaças impactam no avanço ou ampliação do negócio, possibilitando traçar novas estratégias para superação das ameaças e fraquezas com aplicação da ferramenta de planejamento.

Figura 14 – Ambientes da Matriz SWOT.



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Desta forma, a aplicação da matriz *SWOT*, como ferramenta de gestão e planejamento, tem se consolidado em diversos ramos de atividade da produtiva, bem com, no segmento agroindustrial rural. Possibilitando sua aplicação na realização de diagnóstico de colocação no mercado do negócio empresarial e/ou coletivo. Contribuindo para o planejamento estratégico com base nos apontamentos identificados nos ambientes da matriz, conforme apresentado na Figura 14

Para este estudo foi elaborado um roteiro de discussão com o objetivo de gerar informações que substanciassem as análises da matriz *SWOT*, conforme as perguntas orientadoras abaixo:

- ✓Estrutura Física da Associação: área construída, serviços, armazenagem de produtos, estoque de matéria prima e de outros insumos.

- ✓ Sistema de produção: variedade de cultivares, capacidade produtiva, tipologia de produtos industrializados, padronização das técnicas.
- ✓ Inovação e tecnologia: registro de marca coletiva, regulamento do uso de marca, certificação e rotulagem, design.
- ✓ Logística e distribuição: armazenagem, localização, acesso, comercialização, canais de distribuição, transporte, veículos.
- ✓ Gestão organizacional: gestão de pessoas, gestão de recursos financeiros, treinamento e desenvolvimento, acesso ao crédito, assistência técnica de instituições públicas, concorrência, fiscalização e vigilância sanitária.

As análises resultantes foram apresentadas na seção 3.3, com a sistematização dos apontamentos e o desenvolvimento da análise dos resultados.

3.6 PROCEDIMENTOS PARA O REGISTRO DE MARCA COLETIVA

a) Realizar o preenchimento do formulário de cadastro no e-INPI¹² com a inserção dos dados do procurador no sistema e-INPI, conforme a figura, confirme no botão salvar, para que avance a etapa seguinte:

Figura 15 – Cadastro de procurador no sistema e-INPI.

The image shows a web form for registering a procurador in the e-INPI system. The form is titled 'Cadastro de Procurador' and is part of the INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) and GRU (Guia de Recolhimento da União) interface. The form includes the following fields and options:

- Login:** [Empty text box]
- Nome:** Liliane Barbosa dos Santos Gadelha
- Pais:** Brasil (dropdown menu)
- Estado:** Roraima (dropdown menu)
- Cidade:** Boa Vista (dropdown menu)
- Endereço:** [Empty text box]
- CEP:** [Empty text box]
- Pessoa:** Pessoa Física (dropdown menu)
- Atividade:** Cientistas Sociais, Psicólogos e Afins (dropdown menu)
- Ocupação:** Profissionais em pesquisa e análise econômica (dropdown menu)
- CPF:** [Empty text box]
- OAB:** [Empty text box]
- Escritório:** Escolha o Escritório (dropdown menu)
- Telefone:** [Empty text box]
- Celular:** [Empty text box]
- Fax:** [Empty text box]
- E-Mail:** [Empty text box]

At the bottom of the form, there are two buttons: 'Salvar' and 'Voltar'. The footer of the page contains the address: 'Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - Rio de Janeiro / RJ - CEP: 20090-910 | Praça Mauá, 7 - Centro - Rio de Janeiro / RJ - CEP: 20081-240' and the logo for 'Fale Conosco'.

Fonte: INPI, 2021.

b) Realizar o cadastro no e-INPI, como procuradora de entidade, deverá criar uma identificação de login e criar uma senha, com atenção a diferenciação de maiúsculas e minúsculas, o login criado deverá ter no máximo 10 dígitos, confirmando os dados, a etapa posterior o procurador aceita as condições de uso do Termo de Adesão (anexo A), certificando-se que estará sujeito às normas legais vigentes e às condições de uso estabelecidas.

c) No mesmo ambiente, é possível, realizar a alteração de dados no cadastro e-INPI, em caso de inconsistências de informações, conforme visto na Figura 15, o endereço vinculado não corresponde ao endereço correto, para realizar a alteração, basta clicar no link disponível pelo nome do procurador para que seja direcionado a página de cadastro e proceda as alterações necessárias.

¹² Sistema do Portal do INPI, que habilita pessoas físicas ou jurídicas a realizar os protocolos de pedidos de proteção da propriedade intelectual.

Figura 16 – Dados cadastrais no sistema e-INPI.

The image shows a screenshot of the e-INPI registration interface. At the top left is the INPI logo (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). At the top right is the GRU logo (Guia de Recolhimento da União). Below the logos are navigation links: [Recício] | [Termo de Adesão] | [Perguntas Frequentes] | [Resolução 129] | [Finalizar Sessão]. The main form area contains the following fields:

- Cliente:** A text input field with a search icon and the text "Pesquisa" and "Consulte primeiro o Cliente do INPI, o qual o Procurador representa."
- Procurador:** A text input field containing "Liliane Barbosa dos Santos".
- Endereço:** A text input field containing "Rua Monte Castelo, Cid".
- Unidade:** A dropdown menu with "Marcas" selected.
- Email:** A text input field containing "lba@embrapa.br".

 At the bottom of the form, there is a note: "Informe a Unidade do INPI a qual é requisitado o serviço. Por ex: Marcas, Patentes e etc."

Fonte: INPI, 2021.

- d)** De posse da procuração, estatuto e qualificação, o procurador deverá cadastrar os dados do cliente, de modo a selecionar o tipo de serviço que se aplica a marca coletiva criada para representar os produtos da entidade, no campo Serviço, indicar o serviço a ser protocolado: Pedido de registro de marca com especificação pré-aprovada – valor por classe (369), indicado o total de classe a ser registrado como natureza da marca;
- e)** Preencher tabela de retribuições e valores dos serviços, com a indicação da quantidade de classes que serão trabalhadas na natureza da marca, com essa indicação o procurador deverá verificar se as informações corretas e em seguida confirmar a ação para que GRU (Guia de Recolhimento da União) possa ser gerada.
- f)** Emissão e pagamento da GRU (Guia de Recolhimento da União), após gerada a guia, o procurador deve atentar-se ao pagamento da GRU dentro prazo de vencimento, para possa haver a compensação em tempo hábil no sistema;
- g)** O pedido de registro de marca será iniciado através de um formulário que se habilita após a compensação da GRU, no qual o procurador de posse do número de protocolo poderá monitorar a compensação através do site <https://gru.inpi.gov.br/pag/>, sempre obedecendo as etapas de login;
- h)** Para iniciar o preenchimento de formulário eletrônico, o procurador, na qualidade de cidadão, sem habilitação especial, deverá estar de posse das documentações da entidade que representa, dentre elas a procuração para o consentimento de registrar a marca elaborada, o estatuto da entidade contendo a declaração da atividade, documentos de identificação dos titulares, a GRU e o comprovante de pagamento, maiores orientações leitor deverá acessar http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/Manual_de_Marcas;
- i)** Deverá o procurador informar as especificação de produtos ou serviço conforme a apresentação e à natureza da marca: neste estudo, foram enquadrados na classe 30 e os itens da especificação nos quais se encontram os produtos podem ser assinalados sem limites de itens especificados pela marca, e realizar a classificar seus elementos figurativos de acordo com a classificação de Nice¹³;
- j)** A etapa seguinte ao depósito do pedido de registro de marcar é o exame formal, na qual são verificadas as condições formais necessárias para a continuidade do processo. Na edição da Revista da Propriedade Industrial (RPI) 2644 de 08/09/2021, seção de Marcas, o pedido de registro foi publicado, sob o protocolo 924048670, condição: pedido de registro para oposição, exame formal concluído (Figura 17):

¹³ O INPI adota a Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice (NCL, na sigla em inglês), que possui uma lista de 45 classes com informações sobre os diversos tipos de produtos e serviços e o que pertence a cada classe (INPI,2021)

Figura 17 – Publicação de pedido de registro para oposição

924048670 Publicação de pedido de registro para oposição (exame formal concluído)
Titular: ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO P A NOVA AMAZÔNIA I [BR/RR]
 Data de depósito: 23/08/2021
 Apresentação: Mista
 Natureza: Marca Coletiva
 Elemento nominativo: Sabor do Lavrado Nova Amazônia
 CFE: 1.3.18, 2.3.15, 7.1.9, 8.1.4 e 27.5.1
 NCL(11): 30
 Especificação: BISCOITOS; BISCOITOS AMANTEIGADOS; BOLOS; DECORAÇÕES, À BASE DE CONFEITOS, PARA BOLOS; DOCE DE CUPUAÇU; DOCE DE LEITE; DOCES [CONFEITOS]; FARINHA DE BATATA*; FARINHA DE MANDIOCA; FARINHA DE TAPIOCA*; FARINHAS*; GELEIAS DE FRUTAS [CONFEITOS]; MASSA DE FARINHA; MOLHO DE TOMATE; MOLHOS [CONDIMENTOS]; PÃO SEM GLÚTEN; PÃO*; PICKLES MISTOS [CONDIMENTO]; TEMPERO DE PICKLES [CONDIMENTO]; TORTAS [DOCES E SALGADAS] (DA CLASSE 30)



Procurador: Liliane Barbosa dos Santos Gadelha

Fonte: INPI, 2021.

k) Implica dizer que não houve nenhuma restrição quanto a exigência formal ao protocolar o pedido, desta forma, o pedido cumpriu satisfatoriamente a apresentação inicial, desta forma o pedido de registro é publicado na RPI para que terceiros possam se opor, respeitado o prazo de 60 (sessenta) dias a contar da referida publicação. Havendo, pedidos objeto de oposição de terceiros, cumpra-se 60 (sessenta) dias adicionais para apresentação de manifestação publicação de oposição de pedido.

l) O monitoramento das revistas é realizado semanalmente para que se verificar a publicação de pedidos de oposição, e até mesmo, ao avanço do processo para a etapa de exame substantivo, que é a análise definitiva do pedido e após verificação das condições previstas em lei: exame dos autos (documentos obrigatórios; divergências entre os dados informados pelo titular na petição inicial); verifica-se a adequação da especificação de produtos ou serviços à(s) classe(s) reivindicada(s), observando, ainda, outras petições vinculadas ao processo que possam interferir no resultado do exame.

m) Após conclusos os 60 dias condicionados apresentação de oposição, o pedido entre em exame de mérito, observa-se que o instituto estabelece filas, em separado, para o exame de pedidos de registro de marcas coletivas e marcas de certificação, com isso esperasse que o exame de mérito possa seguir no processo mais ágil. Visto que a até a presente data o pedido de registro de marca coletiva encontra-se na etapa de exame de mérito, conforme a Figura 18.

Figura 18 – Situação do pedido de registro de marca coletiva ASSTRF-PANA

The screenshot shows the INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) website interface. At the top, there is a navigation bar with 'BRASIL', 'Acesso à informação', 'Participe', 'Serviços', 'Legislação', and 'Canais'. Below this is the INPI logo and the text 'Instituto Nacional da Propriedade Industrial - Ministério da Economia'. The main heading is 'Consulta à Base de Dados do INPI'. There are search filters for 'Pesquisa Básica', 'Marca', 'Titular', and 'Cód. Figura'. The search results show a single entry for the trademark 'Sabor do Lavrado Nova Amazônia' with the number 9240496/0, priority date 23/08/2021, and status 'Aguardando exame de mérito'. The applicant is 'ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO P A NOVA AMAZÔNIA I' and the class is 'NCL(11) 30'. The page footer includes the address 'Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910' and the logo 'Fale Conosco'.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
9240496/0	23/08/2021	Sabor do Lavrado Nova Amazônia	Aguardando exame de mérito	ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO P A NOVA AMAZÔNIA I	NCL(11) 30

Fonte: INPI, 2021.

4 ELEMENTOS SOBRE GESTÃO ESTRATÉGICA PARA ORGANIZAÇÃO DE UM EMPREENDIMENTO

Internalizar conceitos de gestão, finanças, mercado, produção e recursos tecnológicos no ambiente de empreendimentos rurais é um desafio que deve ser alinhado ao desenvolvimento sustentável das atividades, visando promover um ciclo de atividades rentáveis, e regulamentada conforme as exigências do mercado, buscamos apresentar conceitos que contribuam para o entendimento da situação atual da atividade agroindustrial desenvolvida pelas mulheres rurais do P A Nova Amazônia.

Ao relacionarmos o foco no produto, visualiza-se a necessidade que o empreendimento rural alcance os retornos econômicos, e adquira a capacidade acompanhar a evolução e abertura dos mercados e oferecer produtos que se enquadre aos hábitos dos consumidores, além de apresentar potencial para competir nesse ambiente devido ao acirramento da concorrência (SILVA, S., 2017).

Historicamente, a revolução gerencial foi o marco da inovação organizacional, na qual promoveu à aplicação das ferramentas de gestão aplicadas a administração comercial, financeira, fiscal e tributária, fundamentais para organização dos recursos disponíveis nos empreendimentos rurais. Tornar o agricultor apto ao uso dessas ferramentas permite que melhoria na forma de gestão da atividade, visto que, em sua maioria a gestão é feita de forma ineficiente e incompleta, não reflete uma gestão efetiva, fazendo com o empreendedor se torne insatisfeito devido o desconhecimento de seus custos e retornos econômicos (LEAL *et. al.*, 2015).

Os empreendimentos rurais com enfoque familiar alcançam uma importância no mercado consumidor e no campo acadêmico. Desta forma, faz-se oportuno apresentar alguns elementos da gestão da produção agroindustrial para que se compreenda no nível de maturidade do empreendimento em análise. A saber, o processamento alimentar no âmbito rural, em sua maioria, ainda está no campo da informalidade. E as atividades de gerenciamento do negócio e execução das atividades contam com a participação efetiva dos membros da família.

Introduzindo para este estudo os instrumentos de gestão e planejamento no âmbito da agricultura familiar, conceitos da área da gestão agroindustrial: que abordam os aspectos sobre pessoas, finanças, produção, mercadológica e recursos tecnológicos. Conforme demonstrado no quadro 10, adaptamos os elementos postulados por Schinaider (*et. al.*, 2017, p. 20) a percepção atual do empreendimento, de forma que este conteúdo contribua para o alinhamento de estratégias que auxiliem a superar as dificuldades econômicas e promovam a adaptação do negócio as iminentes e rápidas mudanças de mercado.

Quadro 10 – Áreas da gestão agroindustrial por Schinaider (*et. al.* 2017).

Áreas	Elementos	Prática na agroindústria familiar
Gestão de pessoas	Aspectos relacionados à força de trabalho (motivação, liderança e comunicação) e de a remuneração (salário, periodicidades e formas de contratação).	Força de trabalho predomina a mão de obra da família e, às vezes, conta com a cooperação de outros agricultores. Relação entre oferta de trabalho e capacitação das pessoas. A renda não costuma ser distribuída, retorno como benefício da família.
Finanças	Organização, análise e conhecimento do fluxo de recursos financeiros da agroindústria familiar.	Atividade predomina o engajamento familiar, não registrando um efetivo controle fluxo financeiro, bem como, do uso de modelos formais de controle.
Mercadológica	Exigências de mercado (marcas, embalagens, rótulos e certificações sanitárias)	As agroindústrias familiares apresentam diversificação de produtos. As estratégias de comercialização, garantem a oferta do produto de acordo com demanda do público-alvo específico.
Produção	Criação de utilidade ou acréscimo de utilidade de um produto ou serviço.	Estabelecer vantagem competitiva ao agregar qualidade aos produtos, através da certificação, padronização das práticas de produção, organizando as etapas de pré-processamento, conservação, limpeza e/ou embalagem.
Recursos Tecnológicos	Equipamentos industriais e informatização de informações importantes na empresa.	Nível tecnológico baixo, poucas ferramentas de automação. Geralmente, o investimento em equipamentos agroindustriais leva em consideração a quantidade de produção, a quantidade de mão de obra, a viabilidade econômica da agroindústria e a qualidade dos produtos.

Fonte: Adaptado Schinaider *et. al.* 2017.

É importante apresentar as produtoras as ferramentas que devem ser aplicadas para transformar os espaços destinados a produção em estruturas físicas certificadas para manipulação de alimentos conforme as leis reguladoras. Portanto, o processo produtivo, no qual, deverá estar organizado e apto a diversificar os produtos, conforme a sazonalidade da produção das culturas;

Obter domínio de ferramentas ou alternativas para controle das movimentações financeiras, de forma perceber o ponto de equilíbrio, onde possa estabelecer uma meta financeira com vendas de produtos que sejam capazes de gerar receitas cobri os custos fixos, sem considerar seus custos variáveis, e com isso estabelecer sua margem de lucro, ao estabelecer estratégias de venda de acordo com a demanda de mercado.

O posicionamento no mercado dos produtos agroindústrias ainda é um grande desafio, conforme contextualiza Rosa (2011), a influência de fatores mercadológicos subdesenvolvidos e de mínimas exigências de mercado afetam o faturamento da agroindústria, nesse sentido, os envolvidos na atividade devem estar aptos a uso de ferramentas que viabilizem o controle de caixa, entendam e apliquem os aspectos mercadológicos para ampliar sua capacidade produtiva e se adequar as exigências de mercado (marcas, embalagens, rótulos e certificações sanitárias).

Ao aplicarmos esses conceitos à viabilidade de uma agroindústria para o grupo de mulheres rurais associadas à ASSTRF- PANA, observamos que as iniciativas de planejamento das atividades são independentes, no qual, cada mulher gerencia sua própria atividade, com os recursos que lhe cabem. De acordo com Alves, 2014, toda iniciativa de cooperação para implantação da agroindústria ainda depende do fomento público para infraestrutura de uma agroindústria, para aquisição de recursos, insumos e manutenção do empreendimento, alinhadas ao interesse público em promover ações para o desenvolvimento sustentável.

Por outro lado, a gestão informal realizada pelo produtor rural, poderá inviabilizar o seu envolvimento com o ambiente de negócios e sua capacidade de explorar seus recursos com o foco na produção. A aplicação de conceitos gerenciais que adequem a realidade local, através do uso de ferramentas gerenciais poderá melhorar a organização das atividades, promover o uso adequado de tecnologias para geração do produto, além de incrementar melhorias na infraestrutura, promovendo melhores condições de vida aos envolvidos (SILVA, S., 2017).

Estratégias de Inovação são constantemente traçadas por instituições de pesquisa, governo e academia, e visam superar as dificuldades técnicas da agricultura familiar, visto que

este setor, responde por uma parte significativa na produção de alimentos. Destacamos para este trabalho uma das estratégias, o desenvolvimento de novos produtos ou subprodutos para agroindustrialização (DIDONET et al., 2020).

A maturidade do empreendimento agroindustrial das mulheres rurais da ASSTRF-PANA, depende de iniciativas que possam promover o desenvolvimento de competências gerenciais, a fim que as empreendedoras possam estar alinhadas aos elementos do planejamento estratégico da agroindústria apresentados no quadro 10.

4.1 ESTRATÉGIAS DE PLANEJAMENTO ATRAVÉS DA ANÁLISE *SWOT*

A agroindústria familiar é a alternativa para o desenvolvimento deste importante setor da economia brasileira. Para que a agroindústria continue crescendo de forma significativa é fundamental que os envolvidos busquem alternativas para contornar os diversos obstáculos oferecidos pelo mercado competitivo.

O uso da ferramenta de análise *SWOT*, identifica-se pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças presentes em um ambiente de negócio. Com esse diagnóstico prévio do ambiente interno e externo permite visualizar as ações que serão desenvolvidas a fim de se alcançar a agroindústria. Além da apresentação de estratégias que explorem as oportunidades e minimizem os riscos das ameaças a que estão sujeitos nas rotinas produtivas, sistematizados no quadro 11:

Quadro 11 – Análise *SWOT* (forças x fraquezas)

FORÇAS	FRAQUEZAS
Diversificação de produtos Disponibilidade de matéria prima Processo produtivo da agricultura familiar. Mão de obra familiar Assistência técnica de órgãos públicos Programas que incentivam a produção de produtos Localização/ acesso Aproveitamento do excedente da produção para o autoconsumo e comercialização (venda direta)	Estrutura do empreendimento coletivo (predial, equipamentos, armazenagem e transporte); Baixa capacidade produtiva; Capacitação dos recursos humanos; Gestão o empreendimento Canais/Logística/Estoque Desconhecimento sobre fluxo de caixa Capitalização para estruturação do empreendimento. Deficiência tecnológica Padronização das técnicas Criação de sinais coletivos Registro de marca coletiva Regulamento do uso de marca coletiva

Fonte: Elaboração própria, 2021

O estudo realizado na Associação PA Nova Amazônia I, observando suas limitações e oportunidades ainda não exploradas, percebeu-se que as maiores fraquezas estão nas áreas de gestão e capacitação dos seus recursos humanos, e, tendo estas limitações, a associação tem dificuldade em encontrar formas para implantar a atividade de agroindustrialização,

contando assim com a forte atuação dos parceiros institucionais. Qualquer iniciativa fomentada pela associação, está acordo com sua natureza, na qual foi no o regulamento de uso da marca, conforme os trechos do apêndice A:

- I – Fortalecer a união entre os agricultores familiares para o alcance de objetivos comuns que valorizem a homem e a mulher do campo;
 - II – Estimular e promover a economia solidária e o associativismo;
 - III – Fortalecer a organização econômica, social, política dos agricultores familiares;
 - IV- Racionalizar as atividades econômicas, desenvolvendo formas de cooperação que auxiliem os associados na produção agropecuária, nas atividades artesanais, na produção manufatureira e na comercialização, inclusive no fornecimento de gêneros alimentícios para escolas, hospitais e demais entidades públicas ou privadas, exercendo a comercialização de produtos da agricultura familiar;
- 2 - para alcançar seus fins, a ASSTRF-PANA poderá realizar as seguintes ações, de acordo com Capítulo II, Artigo 3º:
- III - Promover a classificação, o beneficiamento, o armazenamento, transporte, agroindustrialização, assistência técnica e outros serviços necessários a produção, além de assessorar ou representar os associados na comercialização de insumos e da produção;

a) **Dos pontos fortes**

Diversificação de produtos: Segundo Silva, Santos e Ponciano, 2018, a diversificação das atividades produtivas é uma importante estratégia de reprodução da agricultura familiar, pois não somente amplia o leque de produtos comercializáveis, como também asseguram a subsistência da família. No caso das mulheres rurais verifica-se uma variedade de produtos, composto por diferentes atributos visuais: cores, formatos e tamanhos, e sensoriais como sabor, aroma. Neste ponto, a diversificação na produção, foi apontado como ponto forte e que fortalece o grupo no desenvolvimento das atividades;

Matéria-prima: Para a agroindústria familiar se manter, é importante garantir quantidade constante e variedade de matéria-prima ao longo do processo produtivo. Dessa forma, a procedência da matéria prima, sendo estas oriundas de produção própria, ou adquiridas entre a coletividade na região de abrangência, favorecem a manutenção da atividade produtiva com a diversificação das fontes de matéria prima e produtos.

Processo produtivo da agricultura familiar: identificamos um modelo de produção artesanal, que assegura o fornecimento de alimentos de oriundo de práticas artesanais, com menor uso de aditivos químicos ou conservantes. Portanto, percebe uma aceitação e valorização no mercado de alimentos feitos por meio de processos mais naturais, embarcados de conhecimento tradicional e características da região produtora (CRUZ, 2020).

Mão de obra familiar: as condições atuais de informalidade da atividade, não requer mão de obra com especialização, de tal forma que incentivamos o envolvimento familiar na atividade processamento com vistas em manter as condições artesanais, se apresenta como um excelente diferencial onde cada produto artesanal apresenta de forma única, com as características intrínsecas de cada produtora (CRUZ, 2020).

Assistência técnica: As mulheres rurais afirmaram que precisam muito da assistência técnica e extensão rural para fazer projetos e participar de programas governamentais que tenham financiamento público. Citaram os nomes de instituições públicas que são parceiras no Assentamento: Embrapa, secretarias de agricultura e da ação social da prefeitura e do governo do Estado de Roraima e da Universidade Federal de Roraima (UFRR). Enfatizaram que no Estado de Roraima não existe a Empresa de Assistência e Extensão Rural (Emater).

Programas de incentivo à produção: Com o surgimento do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF (1996), do Programa de Aquisição de Alimentos – PAA (2003), e da descentralização do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE (1993), os produtores familiares rurais poderiam desfrutar de programas revertidos para seu favorecimento, porém, os associados relataram que a associação não tem buscado tais oportunidades.

Localização/Acesso: tendo em vista que localização do assentamento Nova Amazônia, a 30 km de Boa Vista, margem esquerda da Rodovia Federal BR 174, verifica-se uma grande oportunidade de acesso ao mercado da capital do Estado, Boa Vista. Através do estudo mercadológico (plano de marketing) será possível traçar estratégias que promovam a redução dos gastos com os transportes para escoamento da produção, e com o frete presente na compra de insumos.

Aproveitamento do excedente da produção para o autoconsumo e comercialização (venda direta): o autoconsumo é uma dinâmica da atividade produtiva na agricultura familiar, entenda-se a produção que visa abastecer a família, esses produtos possuem valor de uso e de troca, desta forma, a família está apta a comercializar seu excedente de produção. Normalmente acontece com o caso de produtos como, frutas, hortaliças, ovos, etc. Para esta análise, verifica-se que os produtos processados, no qual classificamos na classe 30 (quadro 7) agregados de valor e conhecimento artesanal, no qual registramos a modo de venda direta ao consumidor quando os pedidos são feitos por encomenda ou comercializados em eventos coletivos na região.

b) Dos pontos fracos

Estrutura do empreendimento coletivo: Argumenta-se que o fomento à implantação e/ou modernização de empreendimentos coletivos agroindustriais na região não chegou, ao apresentamos uma secção específica sobre os programas de inclusão produtiva a mulheres rurais, notamos algumas fragilidades, tais como acessar esses programas e o anseio em ter um apoio técnico no desenvolvimento de projetos para captar recursos específicos. Verificamos a existência de uma estrutura física inadequada para atividade, na qual consiste na estrutura predial da associação, composta por dois cômodos, escritório e cozinha, uma área externa e banheiros externos. Constatou-se que os processamentos dos alimentos são realizados nas casas das produtoras, em suas cozinhas ou espaços destinados a estas atividades.

Armazenagem: no caso observado, todo processo da atividade agroindustrial encontrasse prejudicado, devido estrutura física inadequada. Refletido assim, a necessidade na aquisição de equipamento que se adequem a capacidade produtiva e adoção de boas práticas que garantam a conservação da qualidade dos alimentos processados. Visto que os produtos apresentam grau perecibilidade, e nas condições atuais são produzidos para consumo imediato, devido a matéria prima não conter aditivos industrial estes alimentos são comercializados em eventos coletivos, ou produzidos sob encomenda.

Constatou-se a necessidade transporte para auxiliar a logística da atividade, por se tratar de uma atividade iniciante, em busca de fomento para sua implantação. Ainda não há uma demanda no mercado externo, o transporte auxiliaria nas etapas de colheita em área coletiva, na organização de eventos coletivos e transporte de produtos. A atividade observada, conta com as entregas realizados por veículos particulares ou frete pago pelas associadas.

Gestão do empreendimento coletivo: Ao analisar a produção agroindustrial coletiva, contatamos que a associação não se enquadra como uma associação coletiva de produção agroindustrial, justificado por sua natureza jurídica que visa fortalecer, promover, estimular, contribuir para a inclusão produtiva dos associativos e entre outros meios promovam o acesso e o fomento da atividade produtiva. Para o fortalecimento do grupo de mulheres rurais da ASSTRF-PANA, vislumbrou-se a organização e fortalecimento do grupo, de modo que elas possam receber as orientações técnicas sobre a gestão de empreendimento coletivo, organização da produção e controle vendas, identificação dos canais de comercialização, gerenciamento do fluxo de caixa e capitalização da atividade para expansão.

Canais/Logística/Estoque: o aprofundamento destas praticas gerencias, tende a melhorar quando a formação da natureza jurídica do empreendimento agroindustrial do

assentamento Nova Amazônia, estiver criado e definido através de sua missão, valores, objetivos e metas. Desta forma, a elaboração de um plano de marketing, no qual será possível identificar os pontos da cadeia de produção para que possam acessar o mercado e atender as demandas de fornecimento.

Desconhecimento sobre fluxo de caixa: considera-se que o desconhecimento sobre práticas administrativas e gerenciais, é consequência da não formação da natureza jurídica das associadas. Ao fato que incorrem em ingerências que afetam a consolidação do empreendimento rural. Com isso, sugere-se um alinhamento com parceiros institucionais poderá contribuir na estruturação organizacional e jurídica do empreendimento.

Capacitação dos recursos humanos: Quanto a percepção das mulheres sobre formação dos recursos humanos, verifica-se um forte interesse do grupo em receber capacitação sobre os quesitos de qualidade e boas práticas no processamento de alimentos, contando assim, parcerias institucionais existentes, como Embrapa, SEBRAE, UFRR e Governo do Estado. Promovendo assim, a difusão e a melhoria nas práticas de processamento, como acessar e padronizar às normas reguladoras, conhecimento sobre gestão da atividade agroindustrial, e a visão de mercado. Tais como, práticas gerenciais, na gestão da atividade como implementação de instrumentos gerenciais para o controle de seu patrimônio, a internalização de conceitos mais avançados de gestão, visando a eficiência operacional, e ampliação de seus níveis de competitividade junto a outros empreendimentos (SILVA, SANTOS E PONCIANO, 2018).

Capitalização para estruturação do empreendimento: a atividade agroindustrial desenvolvida pelas mulheres, esbarra em desafios como acesso a crédito e regulações sanitárias, enquanto a atividade não se enquadra aos padrões, a atividade se mantém na informalidade, visto que todo o excedente da produção que não é destinado ao autoconsumo é processado e comercializado. Neste sentido, para que a atividade agroindustrial se torne promissora, o grupo precisa internalizar os aspectos legais da regulação sanitária, ambiental e fiscal. De forma que o grupo esteja organizado, em personalidade jurídica, apta a captar recursos através de fundos, projetos, financiamento conforme os programas de incentivo a agroindustrialização, ou projetos de desenvolvimento de grandes empresas. Aliadas, a necessidade de implementar a estrutura organizacional, preconiza-se que o grupo de mulheres rurais, ao se organizar através do cooperativismo solidário, estarão estimulando o desenvolvimento econômico e social da agricultura familiar, através dos princípios da economia solidária, no qual fortalece a visão do cooperativismo como ferramenta para o desenvolvimento local, a partir de bases diversificadas e sustentáveis (UNICAFES, 2019a).

Deficiência tecnológica: constatou-se algumas iniciativas que promovem o acesso a soluções tecnológicas no processo produtivo, tais como implantação de culturas como frutíferas, hortaliças e olerícolas, por parte de instituições transferência de tecnologia como Embrapa e de assistência técnica, SEAPA. Mas que por sua vez, não são capazes de fomentar a inovação organizacional, desta forma recomenda-se que o grupo esteja alinhado a uma cultura organizacional, descritas de acordo com o ODS 9: capazes de construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação¹⁴. De forma a estruturar um ambiente favorável à criatividade, experimentação e implementação de novas ideias capazes de gerar ganhos de competitividade com desenvolvimento sustentável (UNICAFES, 2019b, p.23).

Criação de sinais coletivos: verifica-se uma fragilidade: não reconhecimento dos produtos oriundos da atividade agroindustrial, e somente com a criação dos sinais coletivos que caracterizem o empreendimento é possível assegurar a identificação do produto no mercado.

Registro de marca coletiva: Detecta-se que a sigla da associação, ASSTRF-PANA, não apresenta relação com a atividade de processamento de alimentos, com isso, através deste estudo foi elaborado uma marca para valorizar os produtos das mulheres rurais do assentamento Nova Amazônia, denominada SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA. Apresentada de forma mista com sinais nominais e figuras, conforme pode ser observado no apêndice B.

Regulamento do uso de marca coletiva: O resultado deste trabalho é elaborar o regulamento de uso da marca coletiva para o empreendimento agroindustrial das mulheres rurais. Um documento que apresenta as condições e proibições para o uso dessa marca por parte de seus associados. Segundo o manual de marcas (INPI, 2020a) o regulamento de uso é um importante instrumento de pactuação e comunicação interna da entidade detentora da marca coletiva com os seus integrantes, conforme apresentado no apêndice C.

Quanto às oportunidades e ameaças (Quadro 12), os mercados institucionais são os elos da cadeia produtiva que contribuir para inserção de recursos nas associações. Ao listarmos as oportunidades identificadas, verifica-se a forte relação dos mercados institucionais, ao incentivar e contribuir para que a atividade agroindustrial deste grupo de mulheres possa gerar renda, estimular o equilíbrio financeira para sanar limitações

¹⁴ ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável buscam assegurar os direitos humanos de todos e alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento de mulheres e meninas. São integrados e indivisíveis, e mesclam, de forma equilibrada, as dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental (UNICAFES, p.46, 2019a)

enfrentadas. Visto ao identificarmos as articulações institucionais destas produtoras como o mercado institucional de Boa Vista – RR.

Conforme contextualiza Maciel, L. (2015), os mercados institucionais são entidades públicas das três esferas governamentais: município, estado e união, que através das políticas públicas e programas de incentivo à produção demandam e adquirem os produtos oriundos da agricultura familiar e, os redistribuem para alimentação escolar, programas de assistência social entre outros.

Quadro 12 – Análise *SWOT* (oportunidades x ameaças)

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Fortes relações institucionais nas esferas governamentais de Boa Vista – RR Proximidade de mercado consumidor Valoração de produtos saudáveis Procura crescente por alimentos saudáveis Incentivo ao turismo rural Acesso ao crédito	Qualidade certificada dos produtos (Certificação e rotulagem) Produtos similares concorrentes Formação de estoque Campanha/Publicidade Fiscalização Vigilância sanitária

Fonte: Elaboração própria, 2021

c) **Das oportunidades**

Proximidade de um grande mercado consumidor: a localização do empreendimento favorece o acesso ao mercado, tendo em vista que a localização do assentamento Nova Amazônia, a 30 km de Boa Vista, margem esquerda da Rodovia Federal BR 174, verifica-se uma grande oportunidade de acesso ao mercado da capital do Estado, Boa Vista. Através do estudo mercadológico (plano de marketing) será possível traçar estratégias que promovam o acesso ao mercado.

Valoração de produtos saudáveis: o diferencial na oferta dos produtos da marca Sabor do Lavrado Nova Amazônia, diz respeito à valorização crescente de alimentos com vínculos aos locais de produção, embarcados por um conjunto de condições e conhecimentos propícios à produção de alimentos de qualidade singular, crescentemente valorizados pelo mercado consumidor (CRUZ, 2020).

Acesso ao crédito: O ideal é que a agroindústria familiar seja custeada com recursos próprios, advindos das economias da própria família. Se, porém, for necessário recorrer a um financiamento, elas afirmaram que pode ser necessário, mas, antes de tudo, discutir em família a que se destinará especificamente o crédito: ao custeio da safra ou à atividade agroindustrial, a investimentos em máquinas e equipamentos ou à infraestrutura de produção e serviços. Uma das principais linhas de crédito para a agroindústria familiar, segundo as

mulheres rurais, é o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), que se destina a estimular a geração de renda e a melhorar o uso da mão de obra familiar, por meio do financiamento de atividades e serviços rurais, desenvolvidos em estabelecimento rural ou em áreas comunitárias próximas.

d) Das ameaças

Qualidade certificada dos produtos: Citamos que a regularização através da certificação, rotulagem e padronização das técnicas dos produtos das mulheres rurais, promoverá o acesso ao mercado externo. Como listamos o grupo possui uma diversidade de produtos. E a padronização destes produtos podem estimular o desenvolvimento rural da região. Favorecendo o acesso aos mercados através do enquadramento as normativas sanitárias vigentes.

De modo que a qualidade é certificada, via a rotulagem dos alimentos, regulamentada pela legislação brasileira através dos órgãos competentes. Com o objetivo de informar, o rótulo se constitui em um poderoso instrumento de comunicação entre a agroindústria e seus consumidores: denominação de venda do alimento; lista de ingredientes; prazo de validade; conteúdo líquido; identificação da origem; identificação do lote; instruções sobre o preparo e uso do alimento; rotulagem facultativa; rotulagem nutricional e declaração de glúten (EMBRAPA, 2015).

Fiscalização: com a ocorrência de um processo de fiscalização frequente, o processo produtivo analisado, estaria sujeita a uma série de complicações, uma vez que não usufrui de requisitos básicos e essenciais para o seu funcionamento.

Produtos similares concorrentes: após a certificação e padronização dos produtos, caso não haja uma campanha de marketing para avaliar a colocação do produto no mercado, é possível que o grupo se depare com concorrentes com maior potencial de produção. O registro de marca coletiva diminui o risco da concorrência desleal, tornado o produto reconhecido no mercado.

Perda de estoque: as condições estruturais atuais, não garantem qualquer estímulo ao aumento da produção, isso comprometerá a imagem dos produtos. Portanto, recomenda-se a padronização nos aspectos de qualidade, manipulação, armazenagem e distribuição dos alimentos.

Campanha/Publicidade: Estratégias de marketing poderão ser desenvolvidas após o aprofundamento da análise *SWOT*. A análise resultante desta ferramenta, subsidiará a

elaboração de estudos mercadológicos, como plano de marketing e planejamento estratégico para empreendimento almejado pelo grupo de mulheres. Em um cenário positivo, vislumbra-se a organização e implantação da agroindústria no assentamento PA Nova Amazônia através de parcerias, captação de recursos, além de ser verificar os impactos das atividades na qualidade de vida dos associados.

Os produtos elaborados pelas mulheres rurais referente a este estudo apresentam potencial para serem incluídos no mercado formal, desde que se enquadrem as normas de produção. Porém, é necessário capacitar administrativamente os atores envolvidos para atender as necessidades do mercado em que estão inseridos da melhor forma, especialmente devido à mudança de demanda acelerada do mercado nos últimos anos e a complexidade burocrática do mercado institucional.

A Lei de Propriedade Industrial (Lei n.º 9.279/96) proíbe o registro de qualquer marca que cause confusão ou associação com outra, que ofereça o mesmo tipo de produto ou serviço. Portanto, as mulheres do assentamento Nova Amazônia I, escolheram a classe de número 30, uma vez que irão focar na produção de bolos, pães e biscoitos derivados de macaxeira, batata doce, entre outros produtos de origem da região, conforme classifica o quadro 13.

Quadro 13 – Classificação Internacional de Produtos e Serviços.

Tipo De Registro	Classe (N)	Produtos
Produto	30	Café, chá, cacau, açúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedâneos de café; farinhas e preparações feitas de cereais, pão, pastelaria e confeitaria, gelados comestíveis; mel, xarope de melaço; levedura, fermento em pó; sal, mostarda; vinagre, molhos (condimentos); especiarias; gelo para refrescar.

Fonte: Adaptado de INPI, 2020.

A associação do PA Nova Amazônia I, entende questões de enquadramento da qualidade, segurança, rastreabilidade e origem dos alimentos, não se tem dúvidas que a função das marcas coletivas cresce em importância do empreendimento.

Em outras palavras, a valorização do produto através da informação contida nestes sinais baseia-se na relação de confiança entre produtor e consumidor, o que confere ao detentor da marca uma vantagem competitiva. Confere ainda, aos detentores de uma marca coletiva, a garantia de seu posicionamento no mercado e a vantagem competitiva perante outros produtos, quando seu registro de marca coletiva e seu regulamento de uso, estão devidamente registrado, e o regulamento de uso, estabelece os padrões de uso, penalidades da

não adequação da marca, bem como, o estabelecimento da divisão dos custos e riscos da implementação de uma marca no mercado pela coletividade.

Realmente, as marcas coletivas têm um potencial para contribuir de forma estratégica com programas de desenvolvimento sustentável na Amazônia, assim como em outras regiões do país. Entretanto, tal ação implica também em novos desafios conforme Blume (2009), tais como:

- a)O registro pode modificar a estrutura e a lógica organizacional e produtiva;
- b)Os produtores deixam de ser concorrentes e passam a ser parceiros;
- c)As decisões passam a ser conjuntas e não somente individuais;
- d)Os benefícios e os problemas passam a ser compartilhados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mediante o exposto, as estratégias apontadas com a utilização do método de análise *SWOT*, promoveram uma maior percepção sobre a organização e gestão da associação, expondo uma forte interação sobre a operacionalização do grupo de mulheres rurais, com vistas a promover uma maior solidez e dinâmica para o desempenho das atividades da agroindústria, através do estímulo e a promoção de empreendimentos solidários, formalização de parcerias institucionais para o fortalecimento das atividades gerenciais e acesso as inovações tecnológicas.

Os gargalos relacionados através dos apontamentos de fragilidades e ameaças permitindo também visualizar que a atividade agroindustrial, não está organizada e regulamentada de maneira que o grupo das mulheres rurais da ASSTRF-PANA, possa inserir seus produtos no mercado de Boa Vista. Desta forma, sugere-se que com base neste documento orientador, o avanço na elaboração de estudos mercadológicos, como plano de marketing e planejamento estratégico, que estabeleçam os procedimentos operacionais, administrativos e técnicos, que viabilizem a implantação do empreendimento e alinhem as estratégias para o alcance da competitividade.

Enfatizamos que a agroindústria rural é uma alternativa econômica para a permanência das famílias no PA Nova Amazônia, além de ser tornar elo propulsor do desenvolvimento sustentável, no qual os espaços rurais ampliam sua capacidade produtiva, empoderam mulheres, ampliam a geração de renda, e agreguem valor, conhecimento e especificidades à produção de bolos, pães, biscoitos e farinha. De forma geral, percebe-se que a atividade ainda está na informalidade, de modo que todo processamento realizado pelos próprios agricultores familiares, não descaracteriza ou diminui os impactos sobre a geração de oportunidades de trabalho e de renda e, conseqüentemente, de inclusão social. Além disso, promove a equidade, com a maior participação das mulheres, idosos e jovens no processo produtivo. Promovendo um processo de construção da cidadania, e o resgate de valores sociais e culturais.

No cenário atual de pandemia, que perdura desde 2020, as atividades alimentícias foram impulsionadas pelas vendas sob encomenda e das entregas por delivery. Não foram registrados impactos negativos nas atividades das mulheres rurais da associação, no qual, elas intensificaram as atividades de produção, promovendo assim uma maior oferta de produtos para o autoconsumo das famílias, além atender um maior número de encomendas.

Conclui-se que ações e os parceiros impulsionaram a atividade das mulheres rurais, a fim de tornar viável a regulação da atividade. A marca Sabor do Lavrado Nova Amazônia, é resultante da interação entre universidade e comunidade, de forma a promover a extensão da pesquisa e a inovação social. Além, promover o reconhecimento dos produtos das mulheres rurais do P A Nova Amazônia, agregando valor à suas especificidades de práticas, valores e origem dos produtos.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Lindolfo Galvão de. Competitividade e recursos humanos. **Revista de Administração** - RAUSP, São Paulo, v. 27, n. 4, p. 16-29, 1992. Disponível em <https://repositorio.usp.br/item/000837654>, acesso em 05 de maio de 2021.

ALVES, Carmen de Almeida. **Agricultura familiar e gestão de custos: um estudo de caso na região do semiárido baiano**. 2014. 107 f. Dissertação (Mestrado em Agroecologia e Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal de São Carlos. São Carlos – SP. 2014. Disponível em <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/92>, Acesso em: 05 de novembro de 2021.

ARANTES, Emerson Clayton. **Regularização fundiária e direito de propriedade na Amazônia legal: um estudo de caso do estado de Roraima (1988-2008)**. Repositório UFRGS, 2009. Disponível em <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/18848>, Acesso em: 11 de novembro de 2021.

ARRABAL, Alejandro Knaesel. Propriedade intelectual, inovação e complexidade. Rio de Janeiro: **Lumen Juris**, 2017. 302 p.: il. Disponível em http://biblioteca2.senado.gov.br:8991/F/?func=item-global&doc_library=SEN01&doc_number=001118362, acesso em 20 de novembro de 2020.

BARBOSA, Patrícia Maria da Silva; CAMPOS, André Tibau. Uso e registro conjunto de marcas e indicações geográficas: (in) conveniências? **Desenvolvimento Regional em debate** 9, n° Ed. esp. 2, p. 69–99, 2019. Disponível em <https://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/view/2328>, Acesso em: 22 de setembro de 2020.

BARBOSA, Patrícia Maria da Silva; REGALADO, Pablo Ferreira. Determinação de origem, empoderamento dos produtores, redução de custos, riscos e desenvolvimento local: os múltiplos usos da marca coletiva no mercado de café. **VIII Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil SPCB**. 2013. Salvador – BA. Resumos Expandidos. Disponível em http://www.sbicafe.ufv.br/bitstream/handle/123456789/3394/283_VIII-SPCB-2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y acesso em 05 de maio de 2021.

BARBOSA, Patrícia Maria da Silva; REGALADO, Pablo Ferreira. Uma solução inovadora no agronegócio: a união de sistema de certificação à Marca Coletiva. In: BUAINAIN, A. M.; BONACELLI, M. B. M e MENDES, C. I. C. (editores técnicos) **Propriedade Intelectual e Inovação na Agricultura**. Rio de Janeiro: Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Políticas Públicas, Estratégia e Desenvolvimento – INCT/PPED, CNPq, Faperj. Editora IdeaD, 2015. Cap. 13, p. 237-254. Disponível em https://www.researchgate.net/profile/Patricia-Barbosa-11/publication/303965789_Uma_solucao_inovadora_no_agronegocio_a_uniao_de_sistema_de_certificacao_a_Marca_Coletiva/links/5760866008ae2b8d20eb648f/Uma-solucao-inovadora-no-agronegocio-a-uniao-de-sistema-de-certificacao-a-Marca-Coletiva.pdf acesso em 24 de abril de 2021.

BARNI, Paulo Eduardo, *et. al.* Avaliação socioambiental na cidade de Rorainópolis, região sul de Roraima. **Boletim do Museu Integrado de Roraima** (Online), Brasil, v. 9, n. 02, p. 23–33, 2020. DOI: 10.24979/bolmirr.v9i02.772. Disponível em <https://periodicos.uerr.edu.br/index.php/bolmirr/article/view/772>. Acesso em: 18 de setembro de 2021.

BATALHA, Mário Otávio; SILVA, Andrea Lago. Gerenciamento de sistemas agroindustriais. In: BATALHA, Mário Otávio (Coord.). **Gestão Agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 2015.

BERGAMASCHI, Alessandro Bunn. **Estudo Sobre o Impacto do Sistema Eletrônico E-marcas no Processo de Pedido de Registro de Marca do Instituto Nacional da Propriedade Industrial**. 2015. 147 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) – Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/academia/arquivo/arquivos-biblioteca/BERGAMASCHIAlessandroBunn.pdf>, acesso em 20 de novembro de 2020.

BLUME, M.; LEDERMANN, M. **Gestão de produtos e marcas de empresas rurais**. Ijuí: Ed. UNIJUÍ, 2009. <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/196/Gest%C3%A3o%20de%20produtos%20e%20marcas.pdf?sequence=1>, acesso em 05 de maio de 2021.

BRASIL, LEI Nº 9.279, DE 14 DE MAIO DE 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. 1996. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm#:~:text=Regula%20direitos%20e%20obriga%C3%A7%C3%B5es%20relativos%20%C3%A0%20propriedade%20industrial.&text=Art.&text=6%C2%BA%20Ao%20autor%20de%20inven%C3%A7%C3%A3o,legitimado%20a%20obter%20a%20patente.

BRASIL, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. **Guia Prático: Marcas coletivas para a comercialização de produtos da agricultura familiar**, Brasília, 2020. Disponível em <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/publicacoes/projeto-mercados-verdes-e-consumo-sustentavel/guias/guia-pratico-marcas-coletivas-para-comercializacao-de-produtos-da-agricultura-familiar>. Acesso em: 28 de setembro de 2020.

BRASIL. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA. **Manual de Rotulagem de Alimentos**. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/142308/1/DOC-119.pdf>. Acesso em: 15 de outubro de 2021;

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. **Classificação de produtos e serviços**. Portal Oficial do Instituto Nacional da Propriedade Industrial. 2020c. disponível em <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>, acesso, 20 de novembro de 2020.

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. **Instrução Normativa nº 19/2013, de 18 de março de 2013**. Dispõe sobre a apresentação e o exame do regulamento de utilização referente à marca coletiva. 2013. Disponível em <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>, acesso, 20 de novembro de 2020.

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. **Manual de Marcas**. Rio de Janeiro, 4ª revisão, 2020a. disponível em <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>, acesso, 20 de novembro de 2020.

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. **Relatório de Busca – Parâmetro: marcas coletivas registradas**. Diretoria de Marcas, Desenhos Industriais e

Indicações Geográficas. INPI, 07 fev. 2020b. disponível em <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>, acesso, 20 de novembro de 2020.

BRUCH K. L., CERDAN C., LOCATELLI L., COPETTI M., CHAGAS Favero K., LIMA da Silva A. 2009. Indicação geográfica de produtos agropecuários: Aspectos legais, importância histórica e actual. In: Pimentel Otavio Luiz (ed.). **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio**: Modulo II. Indicação geográfica. Brasília: MAPA.

CAMPOS, Ciro; PINTO, Flavia; BARBOSA, Reinaldo Imbrozio. **O Lavrado de Roraima: importância biológica, desenvolvimento e conservação na maior savana do Bioma Amazônia**. 2018. 9 p. INPA Roraima, 2008. Disponível em: http://agroeco.inpa.gov.br/reinaldo/ribarbosa_prodcient_usu_visitantes/2008diagnostico_lavrado_ma.pdf. Acesso em: 29 de agosto de 2021.

CARVALHO, Lausson José Magalhães. **Histórico do Assentamento PA Nova Amazônia – A conquista da terra em Boa Vista – RR**, Repositório UFRR, 2018. Disponível em [repositorio.ufr.br:8080/jspui/bitstream/prefix/244/1/Histórico do assentamento PA Nova Amazônia A conquista da terra em Boa Vista-RR.pdf](http://repositorio.ufr.br:8080/jspui/bitstream/prefix/244/1/Histórico%20do%20assentamento%20PA%20Nova%20Amaz%C3%B4nia%20A%20conquista%20da%20terra%20em%20Boa%20Vista-RR.pdf), Acesso em: 29 de agosto de 2021.

CARVALHO, Nuno Tomaz Pires de. A estrutura dos sistemas de patentes e de marcas. Rio de Janeiro: **Lúmen Juris**, 2009. Disponível em http://biblioteca2.senado.gov.br:8991/F/?func=item.global&doc_library=SEN01&doc_number=000855783. Acesso em 22 de novembro de 2020.

CAZELLA, A. A.; BONNAL, P.; MALUF, R. S. **Agricultura familiar: multifuncionalidade, desenvolvimento territorial no Brasil**. Rio de Janeiro, Mauad, 2015.

DIDONET, A. D., *et al.* Desafios de inovação para a agricultura familiar - estratégia para a agricultura familiar: visão de futuro rumo à inovação. In BITTENCOURT, D. M. de C. (Ed.). **Estratégias para a agricultura familiar: visão de futuro rumo à inovação**. Brasília, DF: Embrapa, 2020. p. 257-289. <http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1124047>, acesso em 05 de abril de 2021.

DOROW, Reney; ULLER-GÓMEZ, Cíntia; BAUER, Elaine. Estratégias de valorização dos produtos da agricultura tradicional em Biguaçu, SC: perspectivas de Mercado e conservação ambiental. **Desenvolvimento e Meio Ambiente** 40, nº 0 (30 de abril de 2017). Disponível em <https://revistas.ufpr.br/made/article/view/45926>. Acesso em: 22 de setembro de 2020,

EID, Farid; ADDOR, Felipe; CHIARIELLO, Caio Luis; et al. Políticas de agroindustrialização em assentamentos da reforma agrária: uma análise do diálogo entre a prática das cooperativas do MST e as políticas governamentais, **Revista Tecnologia e Sociedade**, v. 11, n. 22, 2015. Disponível em <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/3133>. Acesso em: 22 de setembro de 2020.

FARIA, Rafael dos Santos Viveiros de. **A marca coletiva como ferramenta de diferenciação de Arranjos Produtivos Locais – APLs: o caso do polo de moda íntima de Nova Friburgo e Região**. 2011. 185 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação). Academia de Propriedade Intelectual. Rio de Janeiro. 2011. Disponível em: www.gov.br/inpi/pt-br/serviços/academia/arquivos/arquivos-biblioteca/faria_rafael_dos_santos_viveiros_de_2011.pdf (www.gov.br). Acesso em 17 de outubro de 2021.

FEITOZA, Sâmella Kalyne Araújo. **A relação escola-comunidade: a escola agrotécnica da Universidade Federal de Roraima – EAGRO e a formação dos assentados do P.A Nova Amazônia.** 2020. 112 f. Dissertação (Mestrado em Educação. Universidade Estadual de Roraima). Boa Vista - RR. 2020. Disponível em <https://www.uerr.edu.br/ppge/wp-content/uploads/2021/08/3.dissertacao-samella-kalyne-araujo-feitoza.pdf>. Acesso em: 16 de setembro de 2021.

FREITAS, Marcos da Silva. **Planejamento Estratégico: aplicando uma Análise SWOT na empresa Auto Sueco CO.** Brasília, 2012. Monografia apresentada a Universidade de Brasília (UnB), Brasília. 2012. https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3904/1/2012_MarcosdaSilvaFreitas.pdf. Acesso em: 05 de maio de 2021.

GABAN FILIPPI, A. C.; GUARNIERI, P.; CARVALHO, J. M.; BORGES DE SOUZA, C.; CRUZ, J. E. Análise das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças para os condomínios de armazéns rurais. **Informe GEPEC**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 43–62, 2018. DOI: 10.48075/igepec.v22i1.17947. Disponível em: <https://saber.unioeste.br/index.php/gepec/article/view/17947>. Acesso em: 6 fev. 2022.

GATTI, Bernadete Angelina. **Grupo focal na pesquisa em ciências sociais e humanas.** Brasília: Líber Livro, 2014.

GROOT, Etiénne. Conhecimento sobre os conceitos de selos de qualidade vinculados à agricultura familiar. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 28, n. 1, p. 136–155, 2020. Disponível em https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/esa28-1_06_conhecimento. Acesso em: 22 de março de 2021.

LACERDA, L. et al. Agroindustrialização de Alimentos nos Assentamentos Rurais do Entorno do Parque Nacional da Serra da Bodoquena e sua Inserção no Mercado Turístico, Bonito/MS. **Interações (Campo Grande)**, v. 8, n. 1, p. 55–64, mar. 2007. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1518-70122007000100006&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 18 de abril de 2021.

LIMA, Maria do Socorro Bezerra de. Expansão da cadeia da soja na Amazônia Setentrional: os casos de Roraima e Amapá. **Boletim de Geografia**, v. 38, n. 2, p. 79-93, 29 dez. 2020. Disponível em <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/BolGeogr/article/view/42576> Acesso em: 07 de novembro de 2021.

LUTKE, Vanessa; COSTA, Cassiane da. Agroindústrias familiares, mercados institucionais e empoderamento das mulheres: **Campo-Território: Revista de Geografia Agrária**, v. 14, n. 32, 2019. Disponível em <http://www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/view/47590>. Acesso em: 26 de março de 2021.

MACIEL, Lucas Ramalho. **Mercado institucional de alimentos: potencialidades e limites para a agricultura familiar.** 2008. 129 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) - Universidade de Brasília. Brasília – DF. 2019. Disponível em <https://repositorio.unb.br/handle/10482/1460>, acesso em 05 de maio de 2021.

MACIEL, Raimundo Claudio Gomes *et. al.*; Inovação, reforma agrária e agricultura familiar: o caso da produção de palmito no projeto de desenvolvimento sustentável BONAL. **Cadernos**

de **Ciência & Tecnologia** 31, nº 3 (8 de fevereiro de 2017): 493–522. Disponível em <https://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/view/25343>. Acesso em: 22 de setembro de 2020.

MALUF, Renato. Políticas agrícolas e de desenvolvimento rural e a segurança alimentar. In: LEITE, Sérgio (Org.). **Políticas públicas e agricultura**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2013.

MARTINS, Ayrton Luiz Urizzi. **Conservação da agrobiodiversidade: saberes e estratégias da agricultura familiar na Amazônia**. 2016, p. 213. Tese (Programa de Pós-graduação em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia), Manaus: Universidade Federal do Amazonas. 2016. Disponível em <https://tede.ufam.edu.br/handle/tede/5239>. Acesso em 05 de maio de 2021.

MASCARENHAS FILHO, Carlos Cezar de; MASCARENHAS Carlos Cezar de; REGIS IRINEU, Francis. **A utilização da análise swot como ferramenta de diagnóstico de uma propriedade rural familiar, um estudo de caso**. [s.l.] 2011. Disponível em http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2011/anais/arquivos/RE_0298_0422_01.pdf. Acesso em 05 de abril de 2021.

MASSINELLI, Ana Gabriela Sanchez. **Marcas: uma análise histórica e conceitual do instituto**. Jusnavegandi. 2014. Disponível em <http://jus.com.br/artigos/32122/marcas-uma-analise-historica-e-conceitual-do-instituto>, 2014. Acesso em 05 de abril de 2021.

MELLO, Edelson Fabricio de. **A participação do Exército Brasileiro na integração nacional por meio da ampliação da malha ferroviária brasileira a partir dos governos militares**. Escola de Comando e Estado-Maior do Exército, Rio de Janeiro, 55 F. 2020. Disponível em <https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/123456789/8228/1/MO%206270%20-%20DE%20MELLO.pdf>. Acesso em 20 de novembro de 2021.

NOGUEIRA, Juvan Reis; OLIVEIRA, Kleber Bittencourt. Estudo de caso: impacto dos custos logísticos em agroindústria de polpas de frutas no município de Benjamin Constant. **Business Review - UFAMBR**, v. 1, n. 2, p. 42-66, 12 dez. 2019. Disponível em <https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/ufambr/article/view/5535>. Acesso em: 07 de setembro de 2021.

OLIVEIRA, Isaac Anderson Dantas; SALES, Hassler Johnny de; LACERDA, Elisângela Gonçalves. Rodovias na Amazônia e os processos de territorialização: o caso da BR-210, sudeste de Roraima. **Rev. Geogr. Acadêmica** v.15, n.1 (vii.2021). Disponível em <https://revista.ufr.br/rga/article/view/6935>. Acesso em: 16 de setembro de 2021.

PELEGRINI, Gelson; GAZOLLA, Marcio. A agroindustrialização como estratégia de reprodução social da agricultura familiar. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 17, n. 2 / Ano 17, volume 02, 2009. Disponível em <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/316>. Acesso em em 05 de abril de 2021.

PELLISSARI, Anderson Soncini; VANALLE, Rosângela Maria. **Processo de formulação de estratégias em pequenas empresas com base na cultura corporativa e competências gerenciais**. 2007. 221 f., Tese (Doutorado em Engenharia de Prod.) – Universidade Metodista de Piracicaba. Santa Bárbara d’Oeste. 2007. Disponível em http://legado.fucape.br/_public/producao_cientifica/6/tese%20anderson%20pelissari.pdf. Acesso em: 05 de novembro de 2020.

PEREIRA, Meire Joisy Almeida. **Agricultura Familiar no projeto de assentamento Nova Amazônia: a vida no Lavrado em Boa Vista – Roraima - Brasil**. 2017. 212 f. Tese (Doutorado em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas. Manaus. 2017. Disponível em [https://tede.ufam.edu.br/bitstream/tede/6588/5/Tese_Meire Joisy A. Pereira](https://tede.ufam.edu.br/bitstream/tede/6588/5/Tese_Meire%20Joisy%20A.%20Pereira). Acesso em: 28 de setembro de 2021.

PEREIRA, Meire Joisy Almeida; NASCIMENTO, Cleane da Silva; MAROTI, Paulo Sérgio; PAIVA, Anderson dos Santos; NASCIMENTO FILHO, Herundino Ribeiro do Nascimento; COSTA, Rita de Cassia Silva. **O papel das redes sociais nos espaços relacionais da agricultura familiar no projeto de assentamento nova amazônia-roraima**. 22 p. Disponível em: www.conpes.ufscar.br/wp-content/uploads/trabalhos/iiconpes/gt06/3/pereira_meire_nascimento_ceane_maroti_paulo.pdf. Acesso 10 de novembro de 2021.

PORTO, Patricia Carvalho da Rocha. **A Função de qualidade nos Signos Distintivos Substanciais**. 2011. 227 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação). Universidade Federal de São Carlos. São Carlos – SP. 2011. Disponível em <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/academia/arquivo/arquivos-biblioteca/porto-patricia-carvalho-da-rocha.pdf>. Acesso em 05 de maio de 2021.

PRETO, Glauber Adenir Soares; FRANCO, Cíntia Brenner Franco Brenner Acosta; BRUCH, Kelly Lissandra. **Propriedade Intelectual em Empresas Públicas: uma análise dos depósitos de marcas da Embrapa**. Cadernos de Prospecção, v. 13, n. 3, p. 676, 2020. Disponível em <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/33138>. Acesso em: 22 de março de 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAMÍREZ HINESTROZA, Mónica Andrea. **Cómo posicionar comercialmente tu emprendimiento y hacerlo sostenible en el tiempo, a través de una buena gestión de tus marcas**. Repositorio INDECOPI, 2021. Disponível em: <http://repositorio.indecopi.gob.pe/handle/11724/8189>. Acesso em: 26 out. 2021.

RAMOS, Crystiane Pontes. **Mulheres rurais atuando no fortalecimento da agricultura familiar local**. Revista Gênero 15, nº 1 (26 de fevereiro de 2016). Disponível em <https://periodicos.uff.br/revistagenero/article/view/31200>. Acesso em: 22 de setembro de 2020.

REGALADO, Pablo Ferreira. *et. al.* **Marcas Coletivas Brasileiras: Onde Estamos e para Onde Queremos Ir?** Rio de Janeiro, 2012.

RORAIMA, Secretaria de Estado do Planejamento e Desenvolvimento - SEPLAN. **Regiões de Planejamento do Estado de Roraima**, 2018. IBGE. Escala 1:100.000. Disponível em <https://drive.google.com/drive/folders/1bIk5ceioNR5KkcnhngZhsht3FGfl5d->. Acesso em: 31 de agosto de 2021.

RORAIMA, Secretaria de Estado do Planejamento e Desenvolvimento - SEPLAN. **Regiões de Planejamento do Estado de Roraima**, 2018. IBGE. Escala 1:100.000. Disponível em

<https://drive.google.com/drive/folders/1bIk5ceioNR5KkcnhnggrZhsh3FGfl5d->. Acesso em: em 31 de agosto de 2021.

RORAIMA, Secretaria de Estado do Planejamento e Desenvolvimento - SEPLAN. **Áreas Institucionais do Estado de Roraima**, 2018. IBGE. Escala 1:100.000. Disponível em <https://drive.google.com/drive/folders/1bIk5ceioNR5KkcnhnggrZhsh3FGfl5d->. Acesso em: em 31 de agosto de 2021.

ROSA, Luciane Teresinha de Moura da. **Gestão, administração e planejamento: princípios básicos para a agroindústria familiar**. 2011. Repositório UFRGS, 2011. Disponível em <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/54733>. Acesso em: 11 de novembro de 2021.

SANTOS, Ana Paula Rodrigues dos; RAMIRO, Larissa Cristina Figueiredo; VERONEZZI, Fernando. Mulheres rurais e suas (re)existências. **Simpósio Gênero e Políticas Públicas**, v. 6, p. 234–253, 2020. Disponível em <http://anais.uel.br/portal/index.php/SGPP/article/view/1001>. Acesso em: 23 de março de 2021.

SCHINAIDER, Daiana; *et. al.* Agroindústria: conceitos e relação com o desenvolvimento rural. Cap. 2, p. 11, in. **Gestão e planejamento de agroindústrias familiares** [recurso eletrônico] / organizadoras Daniela Garcez Wives [e] Daniela Dias Kühn; coordenado pela SEAD/UFRGS. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018. 104 p. Disponível em <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/185826/001082106.pdf>. Acesso 22 de setembro de 2020.

SCHULTZ, Glauco; COPETTI, Lúcia Daiane; WAQUIL, Paulo Dabdab. Análise SWOT das cadeias produtivas agroindustriais. Schultz, Glauco; Waquil, Paulo Dabdab (Org.). **Políticas públicas e privadas e competitividade das cadeias produtivas agroindustriais**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2011. p. 45-56, 2011.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Saiba como registrar sua marca e entenda a importância do processo** - Sebrae. 2013. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigos/home/como-registrar-uma-marca,6b0a634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 05 de novembro de 2021.

SILVA, Alessandra Maria da; SANTOS, Erika Vanessa Moreira; PONCIANO, Niraldo José, A agroindústria familiar como estratégia de reprodução socioeconômica e de emancipação feminina em Linhares. Espírito Santo. **Extensão Rural**, v. 25, n. 1, p. 22–40, 2018. Disponível em <https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/29950>. Acesso em: em 30 de março de 2021.

SILVA, Laurinete Rodrigues. **Questão agrária e pobreza nos assentamentos de reforma agrária de Roraima: resistência e (re)criação da identidade camponesa**. 2019. 273f. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará. Fortaleza – CE. 2019. Disponível em https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/50540/3/2019_tese_lrsilva.pdf. Acesso em: 04 de setembro de 2021.

SILVA, Suelen Aparecida Duarte. A importância da gestão nas pequenas propriedades rurais. **Revista Acadêmica Conecta FASF**, v. 2, n. 1, 2017. Disponível em: <http://revista.fasf.edu.br/index.php/conecta/article/view/65>. Acesso em: 05 de novembro de 2021.

SOARES, Fabio Veras; SOARES, Sergei. **Programas de transferência de renda no Brasil: impactos sobre a desigualdade**. Brasília, DF: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2006. Disponível em <https://econpapers.repec.org/scripts/redir.pf?u=http%3A%2F%2Fwww.anpec.org.br%2Fencontro2006%2Fartigos%2FA06A156.pdf;h=repec:anp:en2006:156>, acesso em 20 de setembro de 2020.

SOUSA, Diego Neves de; NIEDERLE, Paulo André; MARQUES, Flavia Charão; FREITAS, Alexandre Aires de. Inovação e inclusão produtiva na agricultura familiar do Tocantins. **Revista Grifos** 27, nº 45, 2018. Disponível em <http://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/grifos/article/view/4332>. Acesso em: 22 de setembro de 2020.

SOUZA, Karine de; GOES, José Henrique de; LOCATELLI, Liliana. Marcas coletivas e indicações geográficas: similaridades e potenciais impactos no desenvolvimento. *In: Propriedade intelectual, desenvolvimento e inovação: ambiente institucional e organizações*. [s.l.]: Ediunec, 2017, p. 340–359. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/handle/1/5956>>. Acesso em: 1 nov. 2021.

UNICAFES Nacional. Programa de Educação do Cooperativismo Solidário (PECSOL). **Módulo I: Modelo de Organização do Cooperativismo Solidário**. MP Guimarães – ME: VITA CRED – VITA EDUC, Brasília, 2019 a. disponível em <https://coop.infocos.org/course/view.php?id=34>. Acesso em: 10 de outubro de 2021.

UNICAFES Nacional. Programa de Educação do Cooperativismo Solidário (PECSOL). **Módulo II: Modelo de Gestão do Cooperativismo Solidário**. MP Guimarães – ME: VITA CRED – VITA EDUC, Brasília, 2019 b. disponível em <https://coop.infocos.org/course/view.php?id=34>. Acesso em: 10 de outubro de 2021.

WESZ JUNIOR, Valdemar João. Política pública de agroindustrialização na agricultura familiar: uma análise do Pronaf-Agroindústria. **Revista de Economia e Sociologia Rural** [online]. 2010, v. 48, n. 4, pp. 567-596. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032010000400004&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 22 de setembro de 2021;

WINKELMANN, Melissa Alves. **Marca de certificação e marca coletiva: estudo de caso da marca coletiva vinhos do Brasil**. PIDCC, Aracaju, Ano III, Edição nº 07/2014, p.227 a 248 Out/2014. Disponível em: <http://pidcc.com.br/artigos/072014/10082014.pdf>. Acesso em 05 de abril de 2021.

XAUD, Maristela Magalhães; SOARES, Talita. **Mapa com a localização do Assentamento Nova Amazônia I**, Boa Vista – RR, 2021, escala 1.100.000. Disponível em Base vetorial de Roraima – IBGE.

XAVIER, Vinicius de Almeida. As possibilidades de proteção ao *trade dress*. **Direito & Justiça**, v. 41, n. 2, p. 248, 2015. Disponível em: https://www.pucrs.br/direito/wp-content/uploads/sites/11/2018/09/vinicius_xavier.pdf. Acesso em: 05 de abril de 2021.

APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido em português

APÊNDICES

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO EM PORTUGUÊS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar da pesquisa sobre **“ESTRATÉGIAS DE VALORAÇÃO DE PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS DAS MULHERES RURAIS DO ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA I DE RORAIMA ATRAVÉS DO REGISTRO DE MARCA COLETIVA”** sob a responsabilidade dos pesquisadores: Prof. Dr. Eliseu Adilson Sandri e Liliane Barbosa dos Santos Gadelha. Sua participação não é obrigatória e a qualquer momento você pode desistir de participar e poderá sair da pesquisa sem nenhum prejuízo para você ou para os pesquisadores.

1. O objetivo desse estudo é caracterizar o potencial de valoração dos produtos agroindustriais das mulheres rurais da Associação do Projeto de Assentamento Nova Amazônia I (ASTRAF-PANA) de Boa Vista-RR para pedido de registro de marca coletiva e desenvolvimento de regulamento do uso coletivo.

2. O presente estudo será realizado por meio de uma pesquisa exploratória, com levantamento de referencial teórico e elaboração de um diagnóstico participativo de uma Associação de mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia I de Boa Vista-RR, através de uma técnica chamada de “grupo focal” para coleta e análise de dados qualitativos, dividido em 3 sessões de 90 minutos: Sessão 1) informações sociodemográficas: idade, nível de escolaridade das mulheres, renda, local de residência, há quanto tempo trabalha nesta atividade; Estrutura Física da Associação: área construída, serviços, armazenagem de produtos, estoque de matéria prima e de outros insumos. Sessão 2) Sistema de produção: variedade de cultivares, capacidade produtiva, tipologia de produtos industrializados, padronização das técnicas. Inovação e tecnologia: registro de marca coletiva, regulamento do uso de marca, certificação e rotulagem, *design*. Sessão 3) Logística e distribuição: armazenagem, localização, acesso, comercialização, canais de distribuição, transporte, veículos. Gestão organizacional: gestão de pessoas, gestão de recursos financeiros, treinamento e desenvolvimento, acesso ao crédito, assistência técnica de instituições públicas, concorrência, fiscalização e vigilância sanitária. Esses procedimentos não acarretarão alterações/influências na rotina/tratamento do participante de pesquisa e conseqüentemente não acarretam em riscos físicos ou prejuízos ao bem-estar dos mesmos.

3. Os benefícios desta pesquisa será a utilização da técnica de “grupo focal”, uma proposição que representa uma nova estratégia metodológica para as pesquisas qualitativas, além dos benefícios de instigar novos saberes, de rever posturas profissionais e de aproximar a pesquisa dos cenários de prática e vice-versa.

4. A obtenção de dados a partir do diagnóstico participativo apresenta riscos mínimos de acesso a informações e posicionamentos dos participantes. No entanto, este risco será minimizado uma vez que ao bem-estar dos mesmos, de modo que haveria apenas um risco mínimo devido a um possível constrangimento relativo ao acesso às informações provenientes das discussões, aos quais, no entanto, não serão publicados individualmente ou com qualquer tipo de informação que possibilite a identificação do sujeito, sendo garantida a confidencialidade dos dados e a privacidade dos sujeitos.

5. Os critérios de inclusão serão mulheres brasileiras com mais de 18 anos, produtoras rurais, devidamente associadas no Projeto de Assentamento Nova Amazônia I (PANA I) situado na gleba Murupú, município de Boa Vista-RR, na margem esquerda da BR-174, na direção norte, à 32 km da capital. Serão excluídas do estudo pessoas do sexo masculino, menores de idade, vulneráveis (pessoas com restrição da liberdade, doença mental ou em situação de substancial diminuição em

sua capacidade de decisão, pacientes com doenças infectocontagiosas, estrangeiros e povos indígenas) e as pessoas que atenderem aos critérios de inclusão, mas não apresentarem todos os dados necessários para a condução da pesquisa.

As informações desta pesquisa serão confidenciais e garantimos que somente os pesquisadores saberão sobre sua participação.

Você receberá uma via deste termo com o telefone e o endereço institucional do pesquisador principal e do CEP e poderá tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação, agora ou a qualquer momento. Você poderá entrar em contato conosco, sempre que achar necessário, através do telefone dos pesquisadores responsáveis, Prof. Dr. Eliseu Adilson Sandri, número (95) 3621-3159; Liliâne Barbosa dos Santos Gadelha, número (95) 99144-6025, caso tenha alguma dúvida.

Eliseu A. Sandri

Pesquisador Prof. Dr. Eliseu Adilson Sandri

Liliâne Barbosa

Pesquisadora Liliâne Barbosa dos Santos Gadelha

Eu, (nome por extenso do participante da pesquisa), declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

Assinatura do Participante da Pesquisa

DATA: ____ / ____ /2021.

Endereço dos pesquisadores: Universidade Federal de Roraima (Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação – PROFNIT, ponto focal UFRR). Av. Cap. Ene Garcez, 2413 – Aeroporto (Campus do Paricarana) CEP: 69.310-000 - Boa Vista – RR E-mail: profnit@ufr.br

Endereço do Comitê de Ética em Pesquisa: Bloco da PRPPG-UFRR, última sala do corredor em forma de T à esquerda (o prédio da PRPPG fica localizado atrás da Reitoria e ao lado da Diretoria de Administração e Recursos Humanos - DARH) Av. Cap. Ene Garcez, 2413 – Aeroporto (Campus do Paricarana) CEP: 69.310-000 - Boa Vista – RR E-mail: coep@ufr.br (95) 3621-3112 Ramal 26.

APÊNDICE B – Signos da Marca Coletiva:

Fonte: Council OT

Sabor do Lavrado: 37 pt

Nova Amazônia: 12 pt

Cor dos textos: 000000

PALETA DE CORES:

Cor da grama: #276b4e

Cor da casa: #5d3008

Cor do sol: #f9eb04

Cor da mulher: 000000

APÊNDICE C – Regulamento de utilização de marca coletiva do tipo mista

REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DE MARCA COLETIVA DO TIPO MISTA



Artigo 1 – Objeto do regulamento

O presente regulamento tem por objeto fixar as condições de utilização da marca coletiva SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA, com distinto gráfico do tipo misto, na classe NCL(30), com fim de regular as condições de uso desta marca pelas pessoas físicas associadas que sejam associadas à ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO PA NOVA AMAZÔNIA I (ASSTRF-PANA).

Artigo 2 – Titularidade da marca

A marca coletiva SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA, com distinto gráfico do tipo **MISTA**, é de titularidade da ASSTRF - PANA a qual fará o registro e será responsável pela mesma perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI.

Artigo 3 – Pessoa jurídica solicitante

A entidade solicitante se denomina ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO PA NOVA AMAZÔNIA I (ASSTRF-PANA), pessoa jurídica de direito privado, sem fins econômicos, cuja sede se encontra no município de BOA VISTA, Estado de Roraima, Sede e Administração na Vicinal, Lote s/n, Projeto de Assentamento Nova Amazônia I.

Artigo 4 – Fins da ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO PA NOVA AMAZÔNIA I (ASSTRF-PANA)

Em conformidade com o disposto no Estatuto, capítulo II, Artigo 2º da Natureza e Objetivos:

I – Fortalecer a união entre os agricultores familiares para o alcance de objetivos comuns que valorizem a homem e a mulher do campo;

II – Estimular e promover a economia solidária e o associativismo;

III – Fortalecer a organização econômica, social, política dos agricultores familiares;

IV- Racionalizar as atividades econômicas, desenvolvendo formas de cooperação que auxiliem os associados na produção agropecuária, nas atividades artesanais, na produção manufatureira e na comercialização, inclusive no fornecimento de gêneros alimentícios para escolas, hospitais e demais entidades públicas ou privadas, exercendo a comercialização de produtos da agricultura familiar;

2 - para alcançar seus fins, a ASSTRF-PANA poderá realizar as seguintes ações, de acordo com Capítulo II, Artigo 3º:

III - Promover a classificação, o beneficiamento, o armazenamento, transporte, agroindustrialização, assistência técnica e outros serviços necessários a produção, além de assessorar ou representar os associados na comercialização de insumos e da produção;

Artigo 5 – Representação da ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO PA NOVA AMAZÔNIA I (ASSTRF-PANA)

Os responsáveis legais pela representação da ASSTRF-PANA, segundo o estabelecido no seu Estatuto artigo 22º, Presidente, e, em sua alínea o), junto com o Tesoureiro assina todas as documentações da Associação.

Artigo 6 – Pessoas físicas autorizadas a usar a marca coletiva

Estão autorizados ao uso da marca coletiva:

a) Pessoas Físicas, os sócios em pleno gozo de seus direitos, e não sócios, que exerçam atividades no meio-rural e atividades relacionadas à transformação de matérias-primas de origem vegetal no âmbito do território rural do Assentamento Nova Amazônia que concordem com a disposição de uso da marca coletiva.

§ 1º Pessoas Físicas, não sócios, que exerçam atividades no meio-rural e atividades relacionadas à transformação de matérias-primas de origem vegetal no âmbito do território rural do Assentamento Nova Amazônia deverão se enquadrar as condições de uso quanto ao pagamento de taxas e demais disposições sobre o uso da marca coletiva.

§ 2º É condição necessária para ser caracterizado como pessoa física que comprov

qualquer prática no meio rural, que não detenha a qualquer título, área maior que 4 módulos fiscais, que utilize, predominantemente mão de obra da própria família nas atividades econômicas de seu estabelecimento ou empreendimento, e tenha percentual mínimo de renda familiar originadas das atividades econômicas de seu estabelecimento o empreendimento.

Artigo 7 – Condições para aprovação da utilização da marca coletiva

As pessoas físicas autorizadas ao uso da marca coletiva, somente receberão a aprovação para a utilização da marca coletiva “SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA” mediante a comprovação do cumprimento das seguintes condições e requisitos:

A) Com relação ao produto:

I – Utilizar a marca exclusivamente para os produtos que receberam o processamento local e comunitário, e estão de acordo com as boas práticas de fabricação, classificados de acordo com a Classe 30 e seus derivados (anexo):

II – Comercializar os produtos em ambientes de promoção e inclusão sustentável, agregados da valorização da diversidade ambiental, soberania e identidade regional.

III – Comprovar que os produtos vegetais que deram origem aos gêneros alimentícios de origem vegetal, preparados ou conservados para consumo, listados no item I são provenientes exclusivamente do território rural do Assentamento Nova Amazônia;

IV – apresentar uma amostra do produto que irá utilizar a marca coletiva nas reuniões e eventos promovidos pela associação.

B) Com relação à Pessoa Física:

I – comprovar que sua filiação junto a entidade com os dados atualizados;

II – comprovar a certificação em Boas Práticas de Fabricação, dispostos na legislação estadual e municipal, necessários à comercialização do produto;

III - pagar taxa anual por produto que utilizar a marca coletiva, a ser definida em regimento interno.

Parágrafo primeiro: a taxa anual por produto será destinada à realização de laudo técnico do produto, elaborado por profissional habilitado ou laboratório de alimentos credenciado, cuja finalidade será verificar a conformidade do produto com a legislação.

Parágrafo segundo: os produtos que, mediante comprovação do laudo técnico, não cumprirem a legislação brasileira, não poderão fazer uso da marca coletiva.

Artigo 8 – Condições para o uso da marca coletiva

O uso da marca coletiva SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA somente poderá se dar mediante as seguintes condições:

I - A marca deve ser usada tal como se encontre registrada no INPI, de forma completa e integral, não podendo sofrer alteração alguma em sua composição nominativa ou gráfica.

II - Os usuários da marca coletiva não poderão solicitar o registro, em nenhum país ou organização internacional, de um signo idêntico ou semelhante, ou que de qualquer forma, possa induzir ao erro, confusão ou aproveitamento da fama e reputação da marca coletiva, com exceção da ASSTRF-PANA, que, dentro das possibilidades e interesses de mercado, solicitará a inscrição da marca coletiva em tantos países quantos forem necessários e permitirem esta forma de proteção marcária.

IV - A marca coletiva não poderá ser utilizada de maneira que possa causar descrédito, prejudicar sua reputação ou induzir a erro os consumidores sobre os produtos aos quais se aplica.

V - A marca coletiva somente poderá ser utilizada pelas pessoas autorizadas no Artigo 6, não podendo nenhum destes conceder licenças ou sublicenças a terceiros, seja a título gratuito ou oneroso.

VI - Os usuários da marca coletiva poderão realizar atos publicitários ou promocionais da marca, desde que com o consentimento expresso da ASSTRF-PANA e, com a utilização da arte padrão autorizada pela Associação.

VII - É condição indispensável para o uso da marca coletiva, que o produto seja proveniente e elaborado, integralmente no território do Assentamento Nova Amazônia;

VIII - As pessoas físicas só poderão utilizar a marca se obtiverem a aprovação de seu uso perante a ASSTRF-PANA.

IX - Periódica e aleatoriamente por uma comissão interna designada para monitorar o uso da marca coletiva SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA procederá à coleta e à análise sensorial dos produtos que contiverem a marca coletiva, inclusive de produtos disponíveis no mercado.

Artigo 9 – Defesa da marca coletiva

No caso de infração à marca coletiva, corresponderá unicamente a seu titular a legitimidade para o exercício das ações judiciais ou extrajudiciais para a defesa da marca, sendo expressamente proibido aos usuários exercitar qualquer tipo de ação em tal sentido.

Parágrafo único: Se algum usuário da marca coletiva tiver conhecimento de uma infração ou utilização ilícita da marca coletiva, deverá comunicar imediatamente ao titular, repassandoos dados precisos para que este possa exercer as ações pertinentes.

Artigo 10 – Responsabilidade por defeitos

Com relação à responsabilidade pelo uso da marca coletiva em produtos:

I – O titular da marca só garantirá aos usuários da mesma o fato da própria existência da marca coletiva, assim como seu registro e vigência no INPI, não se estendendo esta garantia ao fato do produto ou defeito do produto perante o consumidor;

II – Os usuários da marca coletiva serão os únicos responsáveis por uma prestação defeituosa de seus produtos, de tal forma que não poderão, em nenhum caso, responsabilizar o titular da marca;

III - Em todo caso, o usuário da marca deverá assumir por sua conta as indenizações e prejuízos ocasionados a terceiros e que se derivem de suas ações ou omissões.

Artigo 11 – Proibição de uso da marca

São motivos que, separada ou concomitantemente, desencadeiam a proibição imediata do uso da marca coletiva pelas pessoas físicas referidas no Artigo 7:

I - O descumprimento das normas do presente regulamento de uso, inclusive com ulteriores e possíveis modificações que se realizem no mesmo.

II - O descumprimento das normas estabelecidas pela legislação que impliquem de qualquer forma em possível dano à reputação da marca coletiva, dano ao consumidor ou à saúde pública.

III - O descumprimento Regulamento de Uso da marca coletiva.

Artigo 12 – Sanções

Se algum usuário da marca coletiva SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA fizer uso da marca em desacordo com o presente regulamento de uso, poderá ser advertido, suspenso ou excluído do presente projeto do projeto da marca coletiva, garantindo-se ao mesmo o contraditório e a ampla defesa, de acordo com o que estiver estabelecido no Estatuto da ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO PA NOVA AMAZÔNIA I (ASSTRF-PANA).

Parágrafo único: Sem prejuízo do disposto acima, caso haja descumprimento do presente regulamento:

I – Será revogada, automaticamente, a aprovação de uso da marca coletiva, sem que este usuário possa exigir do titular da mesma qualquer indenização, isso sem prejuízo das ações cíveis e criminais cabíveis, especialmente no tocante à concorrência desleal e à ofensa aos direitos do consumidor.

II – O usuário responderá, pelos danos que causar ao titular da marca coletiva ou a Terceiros.

III – O usuário deverá retirar, imediatamente, do mercado, os produtos que ostentem a marca coletiva.

Artigo 13 – Condições para desistência ou renúncia da marca coletiva.

Não serão estabelecidas neste regulamento condições para a renúncia parcial ou total dos direitos relativos à marca coletiva ora regulada.

Artigo 14 – Casos omissos

Os casos omissos serão tratados pelo grupo de associados que estiverem fazendo uso da marca coletiva SABOR DO LAVRADO NOVA AMAZÔNIA. Em caso de divergências, estes serão diretamente resolvidos pela ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO PA NOVA AMAZÔNIA I (ASSTRF-PANA) em reunião conjunta e apreciados e aprovados em Assembleia Geral, conforme o artigo 40 a 61 do Código Civil.

APÊNDICE D – Procuração para inserção do pedido de marca no INPI

PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: Associação dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais em Regime Familiar do Projeto de Assentamento Nova Amazônia I, pessoa jurídica de direito privado, com CNPJ sob n. 07.099.580/0001-65 com sede e administração localizada na Vicinal 01, lote s/n, Projeto de Assentamento Nova Amazônia I, no município de Boa Vista – RR, CEP: 69.300-000, neste ato representado por seu Presidente, **Sra Antonia Gomes de Farias,**

[REDACTED]
SSP/RR, residente e domiciliado à Vicinal 02, lote 253, Projeto de Assentamento Nova Amazônia I, e a Tesoureira **Sra. Eucilene Fernandes da Silva**, brasileira, divorciada, [REDACTED]
[REDACTED]
08, lote 18 Projeto de Assentamento Nova Amazônia I.

OUTORGADO: Liliane Barbosa dos Santos Gadelha , brasileira, casada, economista,

[REDACTED]
[REDACTED]
lilianebsgadelha@gmail.com , celular 95991446025

PODERES: Pelo presente instrumento particular de mandato o outorgante concede à outorgada poderes para representá-lo perante as autoridades e órgãos governamentais federais, estaduais e municipais do Brasil, com vista a requerer, obter e manter a proteção dos direitos de propriedade intelectual de sua titularidade, notadamente de marcas, indicações geográficas, patentes de invenção, modelos de utilidade, programas de computador, desenhos industriais, direitos autorais e conexos, e, em especial: realizar pedidos de busca, depósitos de pedido de registros, acompanhamento de processos administrativos, pedidos de exame, pedidos de expedição de certificado, requerer prorrogação dos prazos de proteção, fazer declarações, opor, protestar, renunciar, notificar eventual interesse de revogar procurações, impugnar, recorrer, pedir reconsideração, manifestar-se sobre oposições e recursos, ter vista de processos, cumprir exigências, apresentar defesas escritas ou orais, replicar, efetuar pagamento de taxas, retribuições e tributos, receber, juntar e retirar documentos, requerer caducidade e contestar pedido de caducidade, requerer e contestar nulidade administrativa, preencher qualquer tipo de formalidade, requerer anotação e averbação de licença e cessão de direitos, alterações de nome, sede e representantes legais, promover notificações, interpelações e protestos extrajudiciais e mais quaisquer outros atos em defesa dos interesses do outorgante e, ainda, substabelecer, no todo ou em parte, os presentes poderes, bem como atuar em quaisquer defesas administrativas que sejam necessárias no âmbito do Instituto Nacional da Propriedade Industrial e demais órgãos em que se faça necessário para o bom cumprimento do presente mandato.

Boa Vista - RR, 11 de agosto de 2021.

Antonia Gomes de Farias
Antonia Gomes de Farias

Eucilene Fernandes da S
Eucilene Fernandes da Silva

Antonia
Antonia Gomes de Farias
Presidente
ASSTRF-PANA

APÊNDICE E – Protocolo de submissão de artigo

14/11/21, 17:18

E-mail de Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - [CP] Agradecimento pela submissão



Liliane Barbosa dos Santos Gadelha <liliane.gadelha@embrapa.br>

[CP] Agradecimento pela submissão

3 mensagens

Cristina M. Quintella <cadernosdeprospeccao@gmail.com>

14 de novembro de 2021 00:44

Para: Sra Liliane Barbosa dos Santos Gadelha <liliane.gadelha@embrapa.br>

Sra Liliane Barbosa dos Santos Gadelha:

Obrigado por submeter o manuscrito, "ESTRATÉGIAS DE VALORAÇÃO DOS PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS DAS MULHERES RURAIS DO ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA EM RORAIMA ATRAVÉS DO REGISTRO DE MARCA COLETIVA" ao periódico Cadernos de Prospecção. Com o sistema de gerenciamento de periódicos on-line que estamos usando, você poderá acompanhar seu progresso através do processo editorial efetuando login no site do periódico:

URL da Submissão: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/authorDashboard/submission/47034>

Usuário: lilianebarbosa

Se você tiver alguma dúvida, entre em contato conosco. Agradecemos por considerar este periódico para publicar o seu trabalho.

Cristina M. Quintella

=====

Revista Cadernos de Prospecção

<https://periodicos.ufba.br/index.php/nit>

Liliane Barbosa dos Santos Gadelha <liliane.gadelha@embrapa.br>

14 de novembro de 2021 00:46

Para: lilianebsgadelha <lilianebsgadelha@gmail.com>

[Texto das mensagens anteriores oculto]

—

Liliane Barbosa dos Santos Gadelha
Supervisora do Setor de Prospecção e Avaliação Tecnológica - SPAT
Embrapa Roraima

Liliane Barbosa dos Santos Gadelha <liliane.gadelha@embrapa.br>

14 de novembro de 2021 00:51

Para: eliseu.sandri@ufr.br

----- Forwarded message -----

De: **Cristina M. Quintella** <cadernosdeprospeccao@gmail.com>

Date: dom., 14 de nov. de 2021 às 00:44

Subject: [CP] Agradecimento pela submissão

[Texto das mensagens anteriores oculto]

[Texto das mensagens anteriores oculto]

—

Liliane Barbosa dos Santos Gadelha

[Texto das mensagens anteriores oculto]

ANEXO A – Termo de adesão ao sistema e-INPI



TERMO DE ADESÃO AO SISTEMA e-INPI

Signature Not Verified
 Digitally signed by INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL, DN: c=BR, o=INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL, ou=INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL, email=INPI@brasil.gov.br, cn=INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL
 Date: 2021.10.17 23:06:10 BRT
 Reason: Termo de Adesão
 Location: Rio de Janeiro

CLÁUSULA PRIMEIRA - DA DEFINIÇÃO DO SISTEMA, DO OBJETIVO, DO USUÁRIO

1.1.O sistema eletrônico de gestão de propriedade industrial, denominado e-INPI é um sistema eletrônico que permitirá aos USUÁRIOS do INPI, diretamente ou por intermédio de seus procuradores, demandarem serviços e praticarem atos processuais que dependam de petição escrita, por meio de formulários eletrônicos próprios, fazendo uso da 'Internet'.

1.2.O sistema e-INPI, a sua marca e a sua operacionalidade, pertencem ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Autarquia Federal, criada em 1970, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, doravante denominado apenas como INPI.

1.3.O objetivo do e-INPI é permitir, progressivamente, a disponibilização em ambiente virtual dos serviços prestados pelo INPI, de forma a lhe proporcionar maior rapidez, confiabilidade e eficiência, provendo, eletronicamente, informações, serviços, produtos e entretenimento, em ambiente Internet, aos USUÁRIOS.

1.4. Considera-se USUÁRIO o próprio interessado, pessoa física ou jurídica, que pode atuar no INPI sem a intermediação de terceiros e o procurador devidamente qualificado: seja o agente da propriedade industrial, habilitado ao exercício da profissão perante o INPI, seja o advogado, legalmente habilitado ao exercício da profissão, ou outro procurador, na qualidade de cidadão, sem habilitação especial

1.5.O acesso ao sistema e-INPI e seu uso são inteiramente franqueados ao USUÁRIO, sem qualquer ônus ou custo financeiro, exceto na área exclusiva de suas Diretorias, onde os serviços poderão ser cobrados, de acordo com tabela de retribuição vigente.

1.6.A informação dos dados pessoais do USUÁRIO, de acordo com as condições estabelecidas na CLÁUSULA Segunda, é requisito obrigatório para a habilitação do 'login' e senha de acesso.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO ACESSO, DO CADASTRO DO USUÁRIO E DAS INFORMAÇÕES CADASTRASIS.

2.1.O acesso ao sistema e-INPI é efetuado mediante 'login' e senha, que constitui sua identificação eletrônica. A habilitação do 'login' e senha de acesso ao sistema e-INPI se dá por meio de identidade digital, adquirida perante qualquer autoridade certificadora credenciada pelo ICP-BRASIL.

2.2.O USUÁRIO que não possuir identidade digital pode obter a habilitação do 'login' e senha de acesso, condicionado a guarda obrigatória deste Termo de Adesão devidamente assinado, bem como das cópias da identidade pessoal, da identidade profissional do subscritor e/ou do documento comprobatório do representante legal do USUÁRIO - próprio interessado, pessoa jurídica, para eventual apresentação ao INPI, mediante exigência.

2.3.Ao acessar o sistema e-INPI, o USUÁRIO reconhece e aceita todas as condições estabelecidas no presente Termo de Adesão, subordinando-se integralmente às disposições nelas previstas.

2.4.Ao aderir a este Termo, o USUÁRIO deverá ser maior de 18 (dezoito) anos para utilização dos serviços diretamente com o INPI ou ser emancipado. A utilização eventual para efeito de informação e aprendizagem da Propriedade Intelectual é permitida a sociedade, desde que sua utilização não fira os princípios da ética, da moral e dos bons costumes. Não será dado acesso a menores de idade, aos serviços que dependam exclusivamente da identificação eletrônica do USUÁRIO, ressalvados os casos de menores emancipados.

2.5.A habilitação da identificação eletrônica tem como condição obrigatória o cadastramento do USUÁRIO, devendo assim ser fornecido todos os dados pessoais solicitados no formulário disponibilizado na área de cadastramento do sistema e-INPI. O USUÁRIO, com exceção dos agentes da propriedade industrial, conforme estabelecido na Resolução INPI n.º 126, publicada no D.O. de 01/09/2006, também escolherá uma identificação de USUÁRIO, 'login' e senha de entrada, ambos de uso pessoal e intransferível, que deverão ser sempre utilizados para acessar o sistema, quando requerido. A senha será habilitada no instante do cadastramento.

2.6.A escolha do 'login' é de livre escolha pelo USUÁRIO e não poderá ter conotação inadequada ou ofensiva ao convívio com os demais participantes com uso de linguagem abusiva, como palavras de baixo calão (palavrões) e afirmativas obscenas, pejorativas, preconceituosas, desrespeitosas ou ofensivas à moral e aos bons costumes. A inobservância do mesmo autorizará o INPI a proceder ao bloqueio de acesso ao sistema e-INPI e eventual reparação pela ofensa aos princípios estabelecidos neste Termo de Adesão.

2.7.As informações pessoais constantes do cadastro do USUÁRIO no sistema e-INPI são de caráter estritamente confidencial e não poderão ser divulgadas por terceiros, sem a prévia e expressa anuência do INPI por escrito. O INPI se reserva ao direito de utilizar os dados do cadastro para envio de correspondências convencionais ou por intermédio do correio eletrônico: e-mail, que terá por objetivo a divulgação de produtos, serviços e assuntos diversos relativos ao INPI, além das informações que possam ser consideradas de relevância aos seus USUÁRIOS.

2.8.Os dados cadastrais dos agentes da propriedade industrial, habilitados ao exercício da profissão em nome de terceiros perante o INPI nos termos da Portaria Ministerial em vigor, estão disponibilizados no link 'Como atuar no INPI'.

2.9.O USUÁRIO reconhece e aceita que:

a)As informações referidas neste Termo de Adesão poderão ser utilizadas pelo INPI para fins estatísticos, onde a divulgação das mesmas será feita de forma agregada e não pessoal, protegendo, assim, a individualidade do USUÁRIO;

b)Todas e quaisquer informações submetidas ao sistema e-INPI poderão ser reveladas em cumprimento à ordem judicial ou administrativa nesse sentido.

CLÁUSULA TERCEIRA - DAS RESPONSABILIDADES DO USUÁRIO

3.1.As informações fornecidas e submetidas ao cadastro do sistema e-INPI, conforme os termos constantes da CLÁUSULA acima, serão aceitas como exatas e verdadeiras, responsabilizando-se o USUÁRIO pela veracidade das mesmas e suas conseqüências.

3.2.O acesso ao sistema e-INPI exige uma conduta compatível com as regras de comportamento adequado a 'internautas', como não fazer uso de artifícios, ferramentas e procedimentos que venham a ferir a competitividade, acessibilidade e a segurança do sistema ou que possam gerar prejuízos e violar a privacidade de outros USUÁRIOS. A inobservância desta conduta levará a imediata exclusão do USUÁRIO, e poderá ensejar a aplicação de medidas judiciais contra o USUÁRIO infrator destas regras.

3.3.São de exclusiva responsabilidade do USUÁRIO:

a)O sigilo da senha, que constituirá sua identificação eletrônica, não sendo oponível, em qualquer hipótese, alegação de seu uso indevido;

- b) A equivalência entre os dados informados no formulário eletrônico e os constantes da documentação remetida de forma digital;
- c) As condições das linhas de comunicação e acesso ao seu provedor da Internet;
- d) A formatação e o tamanho dos arquivos enviados, em conformidade com as condições estabelecidas em cada módulo do e-INPI.
- e) A informação dos dados pessoais prestados no ato do seu cadastramento;
- f) A guarda da documentação original enviada digitalmente; e

3.4. O uso inadequado do sistema e-INPI, com a intenção de causar prejuízo ou lesão ao direito das partes ou ao serviço administrativo, implicará responsabilidade civil e criminal, além das sanções processuais cabíveis e do imediato bloqueio de acesso.

CLÁUSULA QUARTA - DAS RESPONSABILIDADES DO INPI

4.1. Cabe ao INPI o melhor esforço para manter o sistema e-INPI disponível para acesso e uso, de forma segura e estável. Fica aqui reconhecido que o USUÁRIO não responsabilizará o INPI por eventuais falhas no processo, assim caracterizadas:

- a) Impossibilidade de acesso ao sistema e-INPI e/ou interrupção no uso do mesmo, por culpa exclusiva do USUÁRIO;
- b) Inadequação de hardware e software do USUÁRIO;
- c) Uso indevido do sistema e-INPI por má compreensão ou inabilidade do USUÁRIO;
- d) Danos e prejuízos causados por uso de 'downloads' parciais ou integrais do sistema e-INPI.

4.2. Cabe ao INPI e parceiros contratados, a manutenção ininterrupta do acesso ao sistema e-INPI, dentro dos limites de sua competência, ressalvadas as hipóteses de força maior prevista em Lei.

4.3. Fica aqui reconhecido, também, que o USUÁRIO não responsabilizará o INPI, ainda, por:

- a) Prejuízos oriundos da utilização não autorizada por terceiros da informação cadastral do USUÁRIO;
- b) Prejuízos decorrentes da divulgação indevida, pelo USUÁRIO, de sua identificação eletrônica.

CLÁUSULA QUINTA – DOS DIREITOS DO INPI SOBRE O SISTEMA E DO SEU CONTEÚDO

5.1. O USUÁRIO reconhece que todo o conteúdo do sistema e-INPI e os direitos correlatos, em toda a sua extensão, inclusive no que concerne às marcas, expressões de propaganda, nomes de domínio, nomes comerciais, obras intelectuais e softwares por ele veiculados, são de propriedade exclusiva do INPI e estão protegidos pela legislação aplicável à Propriedade Industrial, Direito Autoral e Direitos Conexos. Quaisquer infrações pelo USUÁRIO a tais disposições legais resultarão na aplicação das sanções legais cabíveis à infração cometida.

5.2. Toda e qualquer sugestão enviada pelo USUÁRIO, com o objetivo de utilização, aprimoramento ou correção do sistema e-INPI, está sujeita à prévia conferência e análise pelo INPI. O USUÁRIO também reconhece que tais sugestões são oferecidas em caráter meramente de colaboração, portanto, não havendo qualquer obrigação do INPI em atender a sua sugestão, a qual também não importará em qualquer direito remuneratório, no caso de eventual atendimento por parte do INPI. Neste caso o USUÁRIO, declara, ainda, que o conteúdo da sugestão é de sua exclusiva criação e não se constitui, em hipótese alguma, em autoria de terceiros, ficando desde já acordado que a sugestão incorporada pertencerá exclusivamente ao INPI independente de assinatura de Termo de cessão de direitos.

5.3. O INPI poderá, a qualquer momento, confrontar os dados cadastrais obtidos no sistema e-INPI com o seu CADASTRO GERAL e assumir o mais recente como verdadeiro e válido para fins de comunicação com o USUÁRIO.

5.4. A eventual divergência das informações prestadas pelos USUÁRIOS com as informações constantes nos órgãos oficiais poderá implicar o imediato bloqueio de acesso ao sistema e-INPI.

CLÁUSULA SEXTA – DAS ALTERAÇÕES NO TERMO DE CONDIÇÕES DE USO

6.1. O INPI poderá, a seu exclusivo critério, a qualquer tempo e sem qualquer comunicação prévia, alterar os termos e condições ora estipulados. Os novos termos e condições serão apresentados no portal eletrônico do INPI na 'Internet', como condição essencial para o acesso ao sistema e-INPI e tais condições serão consideradas como da aceitação tácita pelo USUÁRIO já cadastrado, desses novos termos e condições.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO FORO

7.1. Eventuais desavenças ou litígios entre o USUÁRIO e o INPI serão submetidos à prévia análise junto a Procuradoria Federal do INPI que emitirá parecer opinativo sobre a questão.

7.2. Para a solução de eventuais pendências judiciais, fica eleito pelas partes: o INPI e o USUÁRIO, desde já, o foro da Seção Judiciária Federal do Município do Rio de Janeiro.

Em, 17/10/2021

Liliane Barbosa dos Santos Gadelha

ANEXO B – Parecer Consubstanciado do CEP:

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
RORAIMA - UFRR



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: ESTRATÉGIAS DE VALORAÇÃO DE PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS DAS MULHERES RURAIS DO ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA I DE RORAIMA ATRAVÉS DO REGISTRO DE MARCA COLETIVA.

Pesquisador: Eliseu Adilson Sandri

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 50750121.7.0000.5302

Instituição Proponente: Universidade Federal de Roraima - UFR

Patrocinador Principal: Universidade Federal de Roraima - UFR

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.946.415

Apresentação do Projeto:

O presente projeto de pesquisa intitulado 'ESTRATÉGIAS DE VALORAÇÃO DE PRODUTOS AGROINDUSTRIAIS DAS MULHERES RURAIS DO ASSENTAMENTO NOVA AMAZÔNIA I DE RORAIMA ATRAVÉS DO REGISTRO DE MARCA COLETIVA' trata-se de um Projeto de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT), ponto focal da Universidade Federal de Roraima (UFRR) coordenado pela Equipe Científica do Prof. Dr. Eliseu Adilson Sandri e Liliane Barbosa dos Santos Gadelha.

De acordo com os(as) pesquisadores(as) As transformações ocorridas no Brasil, no início do século XXI, conferiram um papel de destaque à classe trabalhadora do meio rural, à qual cabia apenas a venda da sua mão de obra. Os movimentos sociais do campo pautaram o Estado por políticas públicas, dentre as quais aquelas de fomento à produção, de agroindustrialização e comercialização. À época, evidenciava-se o lugar da classe trabalhadora rural, reconhecida em 2006 como uma categoria chamada de agricultura familiar, transformada em protagonista do desenvolvimento nacional.

A partir deste movimento, a agricultura familiar passa a expandir os seus processos de produção, de agregação de valor aos seus produtos primários e modifica a dependência pela venda de insumos e matérias-primas, integrando-se a circuitos mais organizados de comercialização e garantindo, com isso, a elevação da renda das famílias. Contextualizando aqui o surgimento das

Endereço: Av. Cap. Ene Garcez, nº 2413, UFRR, Campus Paricarana, Bloco PRPPG/UFRR, Sala CEP/UFRR.
Bairro: Aeroporto **CEP:** 69.310-000
UF: RR **Município:** BOA VISTA
Telefone: (95)3621-3112 **Fax:** (95)3621-3112 **E-mail:** coep@ufrr.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
RORAIMA - UFRR



Continuação do Parecer: 4.946.415

agroindústrias da agricultura familiar, sejam implantadas de forma individual pelas próprias famílias ou através de associações e cooperativas. O objetivo deste trabalho é de caracterizar o potencial de valorização dos produtos agroindustriais das mulheres rurais do Projeto de assentamento Nova Amazônia I em Roraima para pedido de registro de marca coletiva e desenvolvimento de regulamento do uso coletivo. O presente estudo contempla por meio de uma pesquisa exploratória, com levantamento de referencial teórico e elaboração de um diagnóstico participativo de uma Associação de mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia I de Boa Vista-RR, através de uma técnica chamada de “grupo focal” para coleta e análise de dados qualitativos. Espera-se que o regulamento e registro de marca sejam uma alternativa para agregação de valor aos produtos agroindustriais destas mulheres rurais para viabilizar a permanência das famílias no campo através da transformação do excedente da produção familiar em produtos inovadores.

Metodologia Proposta:

No presente projeto, a ser apreciado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Roraima (UFRR), serão analisados dados de 30 mulheres, produtoras rurais associadas na Associação do Projeto de Assentamento Nova Amazônia I (ASTRAF-PANA) de Boa Vista-RR no período de duração do estudo (2021 a 2022). Os possíveis participantes do estudo serão abordados pelos pesquisadores do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT), ponto focal UFRR, receberão explicações acerca dos objetivos e procedimentos da pesquisa exploratória, riscos, benefícios, medidas de minimização de risco e de proteção da confidencialidade e serão convidados para a possível participação voluntária no estudo. Após isso, as mulheres que concordarem voluntariamente em participar desta pesquisa farão a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) que estará disponível em português (APÊNDICE A) (podendo solicitar esclarecimentos aos pesquisadores) e assinarão o TCLE em duas vias, sendo que uma delas ficará em posse da participante da pesquisa. Finalmente, conforme consta do TCLE, que a participante da pesquisa poderá retirar o consentimento a qualquer momento e deixar de participar do estudo, se assim o desejar. O presente estudo será realizado por meio de uma pesquisa exploratória, com levantamento de referencial teórico e elaboração de um diagnóstico participativo de uma Associação de mulheres rurais do Assentamento Nova Amazônia I de Boa Vista-RR, através de uma técnica chamada de “grupo focal” para coleta e análise de dados qualitativos, dividido em 3 sessões de 90 minutos. Ao refletir acerca dos benefícios desta pesquisa, estão em conformidade com estudos de Gatti (2014), a técnica de “grupo focal” é proposição que representa uma nova

Endereço: Av. Cap. Ene Garcez, nº 2413, UFRR, Campus Paricarana, Bloco PRPPG/UFRR, Sala CEP/UFRR.
Bairro: Aeroporto **CEP:** 69.310-000
UF: RR **Município:** BOA VISTA
Telefone: (95)3621-3112 **Fax:** (95)3621-3112 **E-mail:** coep@ufr.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
RORAIMA - UFRR



Continuação do Parecer: 4.946.415

estratégia metodológica para as pesquisas qualitativas, além dos benefícios de instigar novos saberes, de rever posturas profissionais e de aproximar a pesquisa dos cenários de prática e vice-versa, de acordo com as etapas abaixo: Os participantes serão organizados em um grupo de 30 mulheres rurais na sede da associação do PANA I (ambiente aberto e ventilado). Sobretudo, a obtenção de dados a partir do diagnóstico participativo apresenta riscos mínimos de acesso a informações e posicionamentos dos participantes. No entanto, este risco será minimizado uma vez que ao bem-estar dos mesmos, de modo que haveria apenas um risco mínimo devido a um possível constrangimento relativo ao acesso às informações provenientes das discussões, aos quais, no entanto, não serão publicados individualmente ou com qualquer tipo de informação que possibilite a identificação do sujeito, sendo garantida a confidencialidade dos dados e a privacidade dos sujeitos. O grupo será conduzido pelo pesquisador moderador que incentivará a conversa entre si, trocando experiências, relatando suas necessidades de acordo com o foco do estudo: informações sociodemográficas, estrutura física, sistema de produção, inovação e tecnologia, logística e distribuição e gestão organizacional.

Critério de Inclusão:

Os critérios de inclusão serão mulheres brasileiras com mais de 18 anos, produtoras rurais, devidamente associadas no Projeto de Assentamento Nova Amazônia I (PANA I) situado na gleba Murupú, município de Boa Vista-RR, na margem esquerda da BR-174, na direção norte, à 32 km da capital.

Critério de Exclusão:

Serão excluídas do estudo pessoas do sexo masculino, menores de idade, vulneráveis (pessoas com restrição da liberdade, doença mental ou em situação de substancial diminuição em sua capacidade de decisão, pacientes com doenças infectocontagiosas, estrangeiros e povos indígenas) e as pessoas que atenderem aos critérios de inclusão, mas não apresentarem todos os dados necessários para a condução da pesquisa.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Caracterizar o potencial de valoração dos produtos agroindustriais das mulheres rurais do projeto de Assentamento Nova Amazônia I em Roraima para pedido de registro de marca coletiva e desenvolvimento de regulamento do uso coletivo.

Objetivo Secundário:

- Descrever sobre a importância do registro de marca para a valoração dos produtos

Endereço: Av. Cap. Ene Garcez, nº 2413, UFRR, Campus Paricarana, Bloco PRPPG/UFRR, Sala CEP/UFRR.
Bairro: Aeroporto **CEP:** 69.310-000
UF: RR **Município:** BOA VISTA
Telefone: (95)3621-3112 **Fax:** (95)3621-3112 **E-mail:** coep@ufr.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
RORAIMA - UFRR



Continuação do Parecer: 4.946.415

agroindustriais das mulheres rurais do projeto de Assentamento Nova Amazônia I em Roraima.

- Investigar através de um diagnóstico participativo o potencial de valorização dos produtos agroindustriais das mulheres rurais do projeto de Assentamento Nova Amazônia em Roraima.

- Desenvolver, coletivamente, um regulamento de uso da marca para o empreendimento agroindustrial das mulheres rurais.- Realizar o pedido de registro da marca coletiva de produtos do empreendimento agroindustrial das mulheres rurais.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

os pesquisadores(as) informam os seguintes

Riscos:

Sobretudo, a obtenção de dados a partir do diagnóstico participativo apresenta riscos mínimos de acesso a informações e posicionamentos dos participantes. No entanto, este risco será minimizado uma vez que ao bem-estar dos mesmos, de modo que haveria apenas um risco mínimo devido a um possível constrangimento relativo ao acesso às informações provenientes das discussões, aos quais, no entanto, não serão publicados

individualmente ou com qualquer tipo de informação que possibilite a identificação do sujeito, sendo garantida a confidencialidade dos dados e a privacidade dos sujeitos.

E apontam os seguintes Benefícios:

Ao refletir acerca dos benefícios desta pesquisa, estão em conformidade com estudos de Gatti (2014), a técnica de "grupo focal" é proposição que representa uma nova estratégia metodológica para as pesquisas qualitativas, além dos benefícios de instigar novos saberes, de rever posturas profissionais e de aproximar a pesquisa dos cenários de prática e vice-versa.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Trata-se de Projeto de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT), ponto focal da Universidade Federal de Roraima (UFRR).

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Foram avaliados a contento os seguintes documentos neste Protocolo de Pesquisas:

- 1) cartadeanuenciaparaautorizacaodepesquisa.pdf
- 2) termodecompromissoreferenteapesquisa.pdf
- 3) roteirodiagnosticoparticipativogrupofocal.pdf

Endereço: Av. Cap. Ene Garcez, nº 2413, UFRR, Campus Paricarana, Bloco PRPPG/UFRR, Sala CEP/UFRR.
Bairro: Aeroporto **CEP:** 69.310-000
UF: RR **Município:** BOA VISTA
Telefone: (95)3621-3112 **Fax:** (95)3621-3112 **E-mail:** coep@ufr.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
RORAIMA - UFRR



Continuação do Parecer: 4.946.415

- 4) termodeconsentimentolivreeesclarecido.pdf
5) projetodepesquisa.pdf
6) folhaderostoparapesquisaenvolvendosereshumanos.pdf

O cronograma e o orçamento estão perfeitamente adequados ao tempo e aos critérios de execução do projeto.

Recomendações:

Vide conclusões ou pendências

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Recomenda-se a aprovação do protocolo de pesquisa, pois não foram observados óbices éticos na documentação analisada.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1800339.pdf	05/08/2021 19:47:01		Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	cartadeanuenciaparaautorizacaodepesquisa.pdf	05/08/2021 19:46:33	Eliseu Adilson Sandri	Aceito
Declaração de Pesquisadores	termodecompromissoreferenteapesquisa.pdf	05/08/2021 19:46:12	Eliseu Adilson Sandri	Aceito
Outros	roteirodediagnosticoparticipativogrupofocal.pdf	05/08/2021 19:45:35	Eliseu Adilson Sandri	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	termodeconsentimentolivreeesclarecido.pdf	05/08/2021 19:44:36	Eliseu Adilson Sandri	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	projetodepesquisa.pdf	05/08/2021 19:44:24	Eliseu Adilson Sandri	Aceito
Folha de Rosto	folhaderostoparapesquisaenvolvendosereshumanos.pdf	05/08/2021 19:43:58	Eliseu Adilson Sandri	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Endereço: Av. Cap. Ene Garcez, nº 2413, UFRR, Campus Paricarana, Bloco PRPPG/UFRR, Sala CEP/UFRR.
Bairro: Aeroporto **CEP:** 69.310-000
UF: RR **Município:** BOA VISTA
Telefone: (95)3621-3112 **Fax:** (95)3621-3112 **E-mail:** coep@ufr.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
RORAIMA - UFRR



Continuação do Parecer: 4.946.415

BOA VISTA, 01 de Setembro de 2021

Assinado por:
Bianca Jorge Sequeira Costa
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Cap. Ene Garcez, nº 2413, UFRR, Campus Paricarana, Bloco PRPPG/UFRR, Sala CEP/UFRR.
Bairro: Aeroporto **CEP:** 69.310-000
UF: RR **Município:** BOA VISTA
Telefone: (95)3621-3112 **Fax:** (95)3621-3112 **E-mail:** coep@ufr.br

ANEXO C – Protocolo de pedido de registro de marca coletiva (mista)



23/08/2021 850210363212
19:29
29409171939257618

Pedido de Registro de Marca Coletiva (Mista)

Número do Processo: 924048670

Dados Gerais

Nome: ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO P A NOVA AMAZÔNIA I

CPF/CNPJ/Número INPI: [REDACTED]

Endereço: Vicinal I lote 425, PA Nova Amazônia I, Boa Vista

Cidade: Boa Vista

Estado: RR

CEP: 69300000

Pais: Brasil

Natureza Jurídica: Associação com intuito não econômico

e-mail: asstrfpana@gmail.com

Dados do Procurador/Escritório
Procurador:

Nome: Liliane Barbosa dos Santos Gadelha

CPF: [REDACTED]

e-mail: liliane.gadelha@embrapa.br

Nº API:

Nº OAB:

UF: AL

Dados do(s) requerente(s)

Nome: ASSOCIAÇÃO DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS RURAIS EM REGIME FAMILIAR DO P A NOVA AMAZÔNIA I

CPF/CNPJ/Número INPI: [REDACTED]

Endereço: Vicinal I lote 425, PA Nova Amazônia I, Boa Vista

Cidade: Boa Vista

Estado: RR

CEP: 69300000

Pais: Brasil

Natureza Jurídica: Associação com intuito não econômico

e-mail: asstrfpana@gmail.com

Dados da Marca

Apresentação: Mista

Natureza: Coletiva

Elemento Nominativo: Sabor do Lavrado Nova Amazônia

Marca possui elementos em idioma estrangeiro? Não

Imagem Digital da Marca



A eventual deformação desta imagem, com relação à constante do arquivo originalmente anexado, terá sido resultado da necessária adequação aos padrões requisitados para a publicação da marca na RPI. Assim, a imagem ao lado corresponde ao sinal que efetivamente será objeto de exame e publicação, ressalvada a hipótese de substituição da referida imagem decorrente de exigência formal.

Especificação de Produtos ou Serviços, segundo a Classificação de NICE e listas auxiliares

Classe escolhida: NCL(11) 30

Descrição da Especificação:

- Biscoitos
- Biscoitos amanteigados
- Bolos
- Decorações, à base de confeitos, para bolos
- Doce de cupuaçu
- Doce de leite
- Doces [confeitos]
- Farinha de batata*
- Farinha de mandioca
- Farinha de tapioca*
- Farinhas*
- Geleias de frutas [confeitos]
- Massa de farinha
- Molho de tomate
- Molhos [condimentos]
- Pão sem glúten

- Pão*
- Picles mistos [condimento]
- Tempero de picles [condimento]
- Tortas [doces e salgadas]

Declaração de Atividade

- Em cumprimento ao disposto no art. 128 da Lei 9279/96, o(s) requerente(s) do presente pedido declara(m), sob as penas da Lei, ser(em) pessoa(s) jurídica(s) representativa(s) de coletividade e que exerce(m) atividade de forma efetiva e lícita, de modo direto ou através de empresas controladas direta ou indiretamente.

Classificação dos Elementos Figurativos da Marca - CFE(4), segundo a Classificação de Viena

Categoria	Divisão	Seção	Descrição
8	1	4	Pães de formato redondo ou cilíndrico
1	3	18	Sol com raios irregulares (coroa)
27	5	1	Letras apresentando um grafismo especial
2	3	15	Outras profissionais (mulheres)
7	1	9	Casas rurais, fazendas, celeiros

Anexos

Descrição	Nome do Arquivo
Procuração	PROCURACAO_ASSTRF.pdf
Regulamento de utilização da marca coletiva	Regulamento_Uso_Marca_Coletiva_agosto2.pdf
Estatuto	Estatuto_asstrf.pdf
Rg_antonia	rg_antonia.pdf
Rg_eucilene	RG_Eucilene.pdf
Gru	GRU.pdf
Boleto_gru	29409171939257618.pdf

Declaro, sob as penas da lei, que todas as informações prestadas neste formulário são verdadeiras e que estou ciente de que o Regulamento de Utilização da Marca Coletiva, dispendo sobre condições e proibições de uso da marca, caso não tenha sido anexado ao presente pedido, deverá ser protocolizado no prazo de 60 (sessenta) dias do depósito, sob pena de arquivamento definitivo do pedido, nos termos do artigo 147 da Lei da Propriedade Industrial.

Obrigado por acessar o e-Marcas.

A partir de agora, o número 924048670 identificará o seu pedido junto ao INPI. Contudo, a aceitação do pedido está condicionada à confirmação do pagamento da respectiva GRU (Guia de Recolhimento da União), que deverá ter sido efetuado previamente ao envio deste formulário eletrônico, bem como ao cumprimento satisfatório de eventual exigência formal, (prevista no art. 157 da Lei 9.279/96), em até cinco dias contados do primeiro dia útil após a publicação da referida exigência na RPI (disponível em formato .pdf no portal www.inpi.gov.br), sob pena do presente pedido vir a ser considerado inexistente.



Este pedido foi enviado pelo sistema e-Marcas (Verso 4) em 23/08/2021 às 19:29