

5º Encontro Origens Paraná

Mercado Municipal de Curitiba - Av. Sete de Setembro 1865, Auditório do Espaço Maurício Burmeister do Amaral - Centro - Curitiba - PR

No dia 18 de outubro de 2019 às 9:00 iniciou-se o 5º encontro do Origens Paraná.

Pauta

- Aprovação da ATA
- Mercado para produtos diferenciados: Abrafrutas como inspiração para IGs e Marcas Coletivas - Jorge de Souza - Project Manager | Abrafrutas
- PEIEX – O que é e como pode apoiar as IGs e Marcas Coletivas - Luciana Gandra Andreguetto - Coordenadora PEIEX Núcleo Curitiba - Fundação Araucária
- Ações 2020-23 para apoio as IGs e Marcas Coletivas - Hulda Oliveira Giesbrecht - Unidade de Inovação – Sebrae Nacional
- Ações de Mercado para IGs e Marcas Coletivas - Case Origens Capixaba - Anselmo Buss Junior – Diretor - Inovates
- Trabalho em Grupo – O que precisamos para atender o mercado diferenciado (base para o último encontro do ano que será elaboração calendário 2020).

Abertura

Tom abre o encontro com boas vindas a todos, explicando sobre como será a pauta do encontro, lembrando que no dia seguinte haverá a feira do Origens Paraná no Mercado Municipal, na sequência Andreia tomou a palavra se apresentando e apresentando também a equipe e dando um panorama sobre a maneira que é feito o Fórum. Assim em conjunto com todos a ATA do 4º Encontro foi votada e aprovada. Continuando, Andreia também discorreu sobre a pauta do dia com mais informações sobre cada etapa e apresentou os novos participantes.

Rodada de Apresentações

Na sequência Andreia solicitou que cada um dos novos participantes do fórum se levante e se apresente:

Ademar Martins de Jacarezinho - Cafés Especiais - ACEMP

Guaraqueçaba - Farinha Artesanal

Vitor Hugo - Guarapuava - Herança Alimentos - Porco Moura - Produção da primeira Pata Negra (Jamon) Brasileira

Heloise - Professora do curso de gastronomia da PUC - Siriguela

Emerson - IG Oeste -
Carlos - Mel
Viviane - Guaraqueçaba - Associação dos Farinheiros artesanais
Emerson - Santa Helena - Mel
Paulo Henrique - Oeste - Análises técnicas do Mel dos associados
Ivo - Porco Moura
Gabriel - Diretor do Inovates - Consultor do Sebrae Nacional - Desenvolvimento de IGs
Irene - Produtos Orgânicos - Queijos Artesanais

O que aconteceu em relação aos IGM/Marcas/Grupos e Origens PR desde o último encontro?

Andreia esclareceu o que aconteceu dentro do Sebrae, explicando sobre a campanha Gastronomia Origens Paraná. Ela contou que essa campanha uniu duas partes: um Chef de destaque e um produtor envolvido no projeto. O Prêmio Bom Gourmet da Gazeta do Povo foi a oportunidade de lançamento dessa campanha, Andreia contou que inclusive o Prêmio está considerando uma categoria IG para o próximo ano (2020). Ela contou sobre uma experiência entre a Chef do restaurante Limoeiro com os produtos da IG de Guaraqueçaba. Na sequência ela passou o vídeo de apresentação da campanha Gastronomia Origens Paraná. A valorização de campanhas como essa é incentivada em todas as regiões. Andreia explicou também sobre o QR code e como todos podem utilizá-lo para acessar os conteúdos do Fórum. Continuando ela abriu o microfone por 20 minutos para que todos possam contar sobre o que aconteceu durante os encontros. Tom tomou a palavra para contar sobre projetos aderentes ao Origens Paraná e sobre o panorama futuro com todas as necessidades que precisam ser supridas. Por fim ele contou que na Câmara Legislativa Estadual foi feita uma menção de homenagem à IG da Erva Mate de São Mateus do Sul.

O Rodrigo (Carlópolis) tomou a palavra e falou sobre suas dificuldades e questionamentos acerca de como acessar o público e aumentar as participações de vendas.

Poletto tomou a palavra, se apresentou e contou sobre sua participação nas campanhas realizadas pelo Origens (Bom Gourmet e Tutano)

Fernanda do Oeste do Paraná falou sobre a conquista de trazer os apicultores da região e como o fórum está contribuindo com o desenvolvimento do Oeste do Paraná e o aprimoramento do valor agregado. Ela contou que participaram da construção do vídeo do Bom Gourmet e como essa participação gerou negócios com o Bar do Alemão.

Misael apresentou o Ginseng e seu trabalho na associação da região em que atua, contando sobre as necessidades e dificuldades para introduzir o produto no mercado nacional e tornar ele reconhecido. Falou sobre o selo IG e como isso contribuirá para vencer as barreiras. Ele disse aos novos participantes que vale muito a pena participar do Origens e explicou brevemente como é agregado valor ao produto com isso.

Mabel tomou a palavra para explicar sobre o desenvolvimento das IGs do litoral do Paraná.

Na sequência Andreia fez a introdução do Jorge (Abrafrutas) e o chamou para a palestra

Palestra de Jorge de Souza - Project Manager - Abrafrutas

Jorge se apresentou e iniciou sua palestra falando sobre o Mercado para Indicações Geográficas e ou Marcas Coletivas. Ele é engenheiro agrônomo, com 25 anos de experiência em produção de sementes por todo o Paraná. Comprou uma fazenda no norte de Minas Gerais, na região do Jaíba, plantou banana e criou bois, acabou se envolvendo com as entidades de classe e durante esse período se aproximou do Sebrae que considera um grande parceiro. Hoje ele é um facilitador de um programa do Sebrae Empretec. Assim em 2014 criou o Abrafrutas com os produtores e exportadores de frutas, sendo responsável pela promoção das frutas brasileiras no exterior. O objetivo dessa apresentação é mostrar os panoramas e contar alguns cases para gerar ideias aos produtores do Origens Paraná.

As IGs tem 3 características fundamentais para o sucesso:

1. Persistência - O trabalho é árduo e precisa ter uma meta, saber exatamente onde quer chegar
2. Paciência - O atrito saudável de ideias e posicionamentos nos grupos que desenvolvem marcas coletivas não é exclusividade brasileira, mas acontece em todo o mundo.
3. Ter pessoas que sejam bons contadores de história. A IG precisa ter uma boa história e ser bem contada. A história é que fisga o cliente.

Na sequência ele falou sobre a logo da marca coletiva: **Frutas do Brasil - Gifted by the Sun**. Quando estava no exterior ele percebeu que ao falar sobre as frutas do Brasil os estrangeiros automaticamente pensa na tropicalidade, calor, por isso o "Gifted by the Sun". Ele também explicou sobre o porque do beija flor na logo e como ela tem um impacto muito positivo mundo afora.

Assim ele passou a falar sobre o cliente e seu comportamento. Segundo ele o comportamento do consumidor de forma geral é similar em todo o mundo. "Na média, nós produtores rurais, somos excelentes produtores, mas não somos muito bons em negócios". Ressaltou a importância de dar foco nos negócios. O mundo está se tornando gourmet, com uma busca por novas experiências de valor com a diferenciação em destaque. A dor do mercado agora é não ter acesso à essas experiências. Ao mesmo tempo, nós como consumidores estamos aprendendo a distinguir esses novos sabores, novas experiências. Uma vez que experimentamos o que é bom, temos dificuldade em voltar à experiência menos qualitativa.

Também enfrentamos uma mudança nos hábitos em relação ao **local** de consumo dos alimentos. A praticidade é um fator de impacto nessa nova tendência de consumo, bem como a necessidade de segurança sobre a qualidade do alimento. Existe uma preocupação global sobre isso, e as determinações de rastreabilidade dos órgãos governamentais são uma evidência disso. Todo mundo hoje lê rótulo, quer saber sobre os ativos e composições, e

deseja alimentos que sejam funcionais e seguros. O nível de exigência está altíssimo e as IGs precisam se posicionar quanto a isso.

Outra questão é a sustentabilidade ambiental e social que hoje é uma demanda fortíssima do mercado global. No ramo de negócios, onde o objetivo normalmente é ter resultados econômicos sustentáveis, quem paga é quem dita a regra. O Brasil tem a legislação mais exigente do mundo com questões ambientais, somos referência no mundo. É necessário um cuidado amplificado sobre a abordagem comercial que é dada quando o assunto é sustentabilidade ambiental agregada ao produto IG.

O consumidor também está cada vez mais aderente ao conceito de bem estar "Wellness", ele quer migrar da conexão racional para uma conexão emotiva com seus hábitos de consumo. A saúde é parte principal nesse bem estar, "estar de bem com a vida".

Sendo assim, Jorge questiona: *"Nossas IGs estão alinhadas e comunicando adequadamente com essa nova tendência de consumo dos clientes?"*

O consumidor também quer as coisas cada vez mais baratas, devido á grande quantidade de oferta. Porém as IGs têm maneiras de agregar valor aos seus produtos e negócios mesmo assim, existindo um limite de preço que pode ser trabalhado.

A cadeia produtiva fica com a menor parcela do lucro e isso tem um impacto brutal nos nossos negócios. Por exemplo 33% do café no mundo é brasileiro, porém apenas 5% do lucro fica para o Brasil. Sem associativismo e organização do setor é muito difícil quebrar o ciclo atual e eliminar os atravessadores que ficam com a maior parcela de valor na cadeia comercial. Assim Jorge enfatiza a necessidade do Fórum Origens Paraná e como esse tipo de associativismo/cooperativismo protege os negócios dos produtores.

As reflexões principais aqui são **"Qual a proposta de valor da minha IG?"** e **"Por que o mercado global vai escolher o meu produto/serviço?"**

Não basta só as características do produto em si. O consumidor deve ser alcançado pelo coração, e o melhor caminho para isso são boas histórias bem contadas.

Jorge então contou sobre uma experiência de sucesso em fórum internacional na Europa divulgando frutas brasileiras. Na sequência ele falou sobre os principais influenciadores no consumo de alimentos. Os tradicionais são Praticidade, sabor e preço. Os novos influenciadores são: Saúde e bem estar, experiência, segurança e impacto social e ambiental, transparência.

"Dentro das IGs, o que os produtos proporcionam enquanto a experiência que o cliente terá no consumo?"

Tendências de consumo: Saudabilidade, praticidade, consumo tecnológico, menos é mais - procura pelo básico, apelo verde, alimentação x estética, saindo da zona de conforto para os sabores exóticos. Tendências de consumo global por importância: Livre de plástico, Saudável, Tecnologia, Consciente, Experiência.

Na sequência ele falou sobre a região do Jaíba e a experiência de IGs lá, as conquistas e dificuldades enfrentadas e atuais.

Para encerrar Jorge falou sobre as questões logísticas que impactam nas exportações das frutas brasileiras, mostrando a importância disso e como que a IG deve trabalhar para agregar valor com isso.

Encerrou a palestra as 11:02.

Andreia então agradeceu ao Jorge, refletiu sobre os ensinamentos dados e chamou o intervalo com o Coffee Break, 11:25 está marcado o retorno e as 13:30 será feito o almoço.

Palestra - Luciana Andreguetto

No retorno às 11:35 Luciana abriu a fala se apresentando e apresentando a Cida e o PEIEX - Programa de qualificação para exportação. No início ela apresentou um vídeo sobre a PEIEX.

O PEIEX acontece no Paraná por meio de um convênio com a Fundação Araucária que apoia o desenvolvimento científico e tecnológico do Paraná, ele só acontece por meio da parceria da APEX com a Fundação Araucária utilizando recursos federais e estaduais. Ele é um programa de capacitação que acontece dentro das empresas de forma individualizada e personalizada, onde a ideia principal é aumentar a competitividade para o mercado internacional. Os principais pontos abordados pela PEIEX são:

- Inteligência de mercado
- Qualificação empresarial
- Estratégia para internacionalização
- Promoção de negócios e imagem
- Atração de investimentos

A PEIEX está abrindo a oportunidade para não exportadores. Atua em quase todo território nacional com 32 núcleos operacionais favorecendo também o intercâmbio entre empresas.

Principais objetivos apresentados são:

- Incrementar a competitividade das empresas
- Disseminar a cultura exportadora
- Ampliar o acesso a produtos e serviços de apoio disponíveis nas instituições de Governo e setor privado
- Contribuir para a elevação dos níveis de emprego e renda
- Promover capacitações
- Promover a interação e cooperação entre as empresas e instituições de apoio

Na sequência ela explicou sobre como as empresas podem participar do programa, que é gratuito e inclui a possibilidade de fazer a distância, desfrutando de equipe técnica (mestres, doutores). Para participar então a empresa precisa:

- Ter um CNPJ do paraná
- Ter um produto ou serviço exportável
- Precisa querer e poder, abraçando a causa que inclui muito estudo, pesquisa e dedicação

O programa PEIEX visa estabelecer com o empresário um planejamento seguro para atuar nas exportações. Isso se d primeiramente com uma visão mais clara sobre a empresa em questão, através de um **Diagnóstico**, para identificar o nível de prontidão da empresa para a exportação. Depois é feito um **Plano de Trabalho** com a implantação dos requisitos necessários  exportação com duração de aproximadamente 38 horas. Por fim será construído um **Plano de Exportação** para orientar a sua inserção internacional. Hoje já acontece em 37 municípios dentro do Paraná.

Encerrando as 12:20 Luciana se despede agradecendo ao Origens Paraná, ao Sebrae e a todos deixando-se  disposição para quaisquer dvidas.

Continuando

Na sequência Andreia toma a palavra e direciona o fórum para a apresentação da diretora do Sebrae Nacional com a Hulda Giesbrech.

Hulda começou falando sobre o panorama das IGs e pequenos negócios no Brasil apresentando números do mercado de exportação e vendas na UE.

“ A IG agrega **aumento médio de 20 a 50%** nos preços dos produtos (FAO - 2018)”

“Quais serão os produtos brasileiros que serão oscones para o mundo?” questiona Hulda.

Na sequência ela mostra um slide sobre a edição 2019 da Settimana Della Cucina Regionale Italiana com uma fala do Cnsul Geral da Itália em São Paulo, Filippo La Rosa. Também mostrou falas da região do cerrado mineiro e um gráfico com a evolução do número de IGs brasileiras registradas culminando em 65 IGs registradas atualmente. O agronegócio detm o maior percentual nessa lista.

O Sebrae apoia com o diagnóstico, estruturação e consolidação das IGs, trabalhando desde o levantamento, desenvolvimento de processos junto ao INPI até ações de apoio para promoção e fortalecimento das marcas IGs. Na sequência ela mostrou o Data Sebrae e como os dados sobre IGs estão alocados nessa plataforma, ressaltando que  necessário complementar os dados com a participação dos produtores para que a plataforma seja mais

atrativa para o consumidor final. Também falou sobre o evento internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, contando sobre a experiência no evento anterior e o panorama desejado para o próximo. Na sequência ela mostrou um pouco dos resultados obtidos com IGS em âmbito nacional e falou sobre os **principais indicadores** que ajudam a vender as IG:

- Percentual de produtores que utilizam o selo
- Percentual médio de variação do preço dos produtos com IG (agregação de valor)
- Percentual médio de variação do volume de vendas (novos mercados)
- Índice de variação do fluxo turístico na região
- Impacto social e ambiental na região
- Contribuição no alcance dos ODS na região

As principais **dores** das indicações geográficas também foram citadas bem como os objetivos para 2019 e 2020.

IGS + produtivas + Digitais + Qualidade + Diferenciação

Hulda encerrou sua palestra às 13:04 e abriu para perguntas. Dando sequência Andreia fez suas considerações sobre a palestra e as informações trazidas pela Hulda, fez um resumo sobre os assuntos tratados pela manhã e chamou todos para o almoço às 13:20.

ALMOÇO - 13:20 às 14:30

2ª parte - Tarde

Andreia retoma o fórum questionando quem estará amanhã no espaço Arena e oito pessoas confirmaram, portanto ela deu uma breve explicação sobre como será o evento e cronograma, bem como algumas instruções aos participantes.

Joilson então tomou a palavra e agradeceu a todos falando sobre sua visão e sobre o propósito do Origens Paraná.

Na sequência Andreia convidou o Júnior para palestrar sobre o Projeto Trigo de Origem da Moageira Irati.

Projeto Trigo de Origem - Júnior

Júnior então começou contando a história do projeto que tem como pilar o fato do Paraná ser o maior produtor de trigo. Se o Paraná fosse um país seria o segundo maior produtor da América Latina, perdendo apenas para a Argentina.

“Apesar da qualidade do nosso trigo aqui no paraná, nossa estrutura logística foi concebida principalmente para a soja, prejudicando a capacidade de gerar valor agregado.”

A movimentação da panificação de fermentação natural de Curitiba é a maior do país. Juntando a história do trigo no Paraná com esse movimento, incluindo os mais de 2000 produtores e os comerciantes, padarias, que assim estão envolvidas, o projeto busca o pioneirismo na Originação, Seleção e Segregação por Qualidade de Trigos Paranaenses.

Ao longo da cadeia a moageira conseguiu juntar a pesquisa e desenvolvimento, os produtores, o trabalho da própria moageira e os parceiros que estão desde o início do projeto impulsionando essa visão.

Assim ele continuou contando como foi todo o processo da formalização do projeto, passo a passo, permitindo uma visão mais ampla sobre o valor que foi agregado.

Encerrando as 15h Andreia agradeceu ao Júnior por expor todas as informações e contar sobre o Projeto e seu protagonismo nesse mercado em transformação.

Palestra Origem Capixaba - Fórum de IGS do Espírito Santo

Na sequência Andreia chamou Anselmo Buss Junior e Gabriel, diretores do Origem Capixaba para compartilhar a trajetória desse fórum que inspirou a criação do Origens Paraná. Anselmo se apresentou e começou contando a história do fórum que começou em 2010 com o apoio do Sebrae e do MAPA.

Ele falou sobre as IGs que fazem parte do fórum, ressaltando a primeira IG que foi a Panela de Goiabeira (artesanato). Também chamou a atenção à IG do Granito Capixaba que está em processo de construção, além da pimenta-rosa e pimenta-do-reino.

A IG do Granito foi uma estratégia de normatizar a qualidade da extração do granito, impedindo assim que empresas clandestinas operem na região.

O fórum Origem Capixaba é responsável por alavancar as IGs e MCs, promover, organizar, difundir a gastronomia, desenvolver branding, contribuir na adequação a legislação, incentivar o turismo e o fomento. Na sequência ele mostrou como funciona uma linha do tempo de uma IG. Falou também sobre os eventos que o fórum promove e algumas estratégias de marketing para difundir as IGs. Uma das principais conquistas relatadas foi a incubação das Associações de IGs e MCs nos sistemas dos institutos federais. Dentre outras conquistas ele destacou também o convênio entre MAPA e IFES (descentralização de recursos) para apoio à IG do Socol de Venda Nova do Imigrante:

- A incubação da Assocol
- Elaboração do RTIQ para o Socol
- Recurso para capacitações
- Recursos para ampliação do laboratório visando as análises previstas no RU da IG Socol
- Promoção da IG

Continuando ele detalhou sobre a experiência do Socol, que é um embutido de carne suína (lombo) que passa pelo processo de maturação. Esse produto é uma herança da imigração italiana com técnica para manter o produto viável para o consumo por mais tempo. A receita é Lombo + Sal + Especiarias. O Socol está em pleno crescimento porém enfrentam uma série de desafios com relação ao selo, governança, compras governamentais, o consumidor entender a IG com garantia de origem e qualidade, rastreabilidade.

Algumas estratégias elencadas foram:

- Grupos de trabalho: alavancagem, projetos de apoio, eventos
- Apadrinhamento: IFES e INCAPER locais apadrinham uma Origem. Informação e Logística.
- Um evento por ano (gastronômico e/ou comercial)
- Contratação de estagiário para o Origem Capixaba
- Cursos e palestras para os membros do Fórum
- Cursos para os produtores das IGs
- Mídias espontâneas

Por fim ele encerrou parabenizando o Origens Paraná e falando sobre a parceria entre a Inovates e a InovaMate onde as experiências e dores compartilhadas geraram um novo produto chamado Raiz - um sistema (plataforma, App) de gestão para que o produtor possa fazer um mapeamento da sua área, coleta de dados e gestão digital da propriedade. Desta forma é otimizado o trabalho do Conselho Regulador com a segurança de assinatura digital, permitindo assim o controle de toda a cadeia produtiva e comunicação com o mercado em tempo real.

Continuando as 16:10 Andreia agradeceu o Origem Capixaba pelas contribuições e chamou o intervalo, já explicando o trabalho em grupo que será feito no retorno, que é a produção de um Pitch sobre:

- O que foi falado no encontro de hoje que faz sentido para nós
- O que vou levar como lição de casa
- O que espero do Origens Paraná em 2020 (em relação ao tema de hoje)

Fica acordado o retorno às 16:30.

Retornando às 16:45 Andreia faz uma votação para a decisão sobre a data do último encontro do ano de 2019 do Origens Paraná, que portanto fica estabelecido na data do dia 12 de dezembro, quinta feira. No encontro será discutido o calendário de 2020 e ao fim será feita uma confraternização.

Seguindo ela dividiu os grupos e deu início ao trabalho proposto antes do intervalo, com duração de 20 minutos. Retomando então Andreia conduziu o encontro para que os vídeos gerados no trabalho em grupo sejam apresentados no telão. Finalizando o encontro, ela agradeceu a presença de todos, informando que os vídeos gerados estarão a disposição no grupo do Fórum.