

## **Indicação geográfica como estratégia para orientação ao mercado internacional. Uma revisão bibliométrica e sistemática de literatura.**

### **Autoria**

**ISAAC GEZER SILVA DE OLIVEIRA - isaacgezer@gmail.com**

Outro (PPGAO) - Universidade de São Paulo

Outro - Outra

**Janaina de Moura Engracia Giraldi - jgiraldi@usp.br**

Prog de Pós-Grad em Admin de Organizações - PPGA0 - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de

Ribeirão Preto - Universidade de São Paulo

Outro - Outra

**Simone Vasconcelos Ribeiro Galina - sveralina@usp.br**

Outro (Programa de pós-graduação em Administração de Organizações PPGA0 / FEA-RP) - Universidade de São Paulo

### **Resumo**

Este artigo objetiva realizar uma revisão abrangente de literatura sobre indicações geográficas e internacionalização, em artigos disponíveis nas bases Scopus e Web of Science, de modo a identificar pontos de avanços metodológicos e teóricos, bem como aspectos de convergência e lacunas para proposições a uma agenda de pesquisa. O estudo empregou abordagem quantitativa com a análise bibliométrica e cientométrica de 141 artigos e abordagem qualitativa por meio do mapeamento conceitual dos 30 artigos de maior impacto e convergência sobre o assunto. Dentre os resultados, o mapeamento conceitual identificou seis macro variáveis de estudos, demonstrando uma variedade nos subtemas tratados. As principais lacunas encontradas concernem ao nível de governança e interação entre os atores sociais envolvidos de modo a buscar uma orientação para o mercado internacional e desenvolvimento adequado das indicações geográficas de países emergentes de modo a promover o conhecimento sobre seus produtos de origem e prospectar novos mercados.

## **Indicação geográfica como estratégia para orientação ao mercado internacional. Uma revisão bibliométrica e sistemática de literatura.**

### **Resumo**

Este artigo objetiva realizar uma revisão abrangente de literatura sobre indicações geográficas e internacionalização, em artigos disponíveis nas bases *Scopus* e *Web of Science*, de modo a identificar pontos de avanços metodológicos e teóricos, bem como aspectos de convergência e lacunas para proposições a uma agenda de pesquisa. O estudo empregou abordagem quantitativa com a análise bibliométrica e cientométrica de 141 artigos e abordagem qualitativa por meio do mapeamento conceitual dos 30 artigos de maior impacto e convergência sobre o assunto. Dentre os resultados, o mapeamento conceitual identificou seis macro variáveis de estudos, demonstrando uma variedade nos subtemas tratados. As principais lacunas encontradas concernem ao nível de governança e interação entre os atores sociais envolvidos de modo a buscar uma orientação para o mercado internacional e desenvolvimento adequado das indicações geográficas de países emergentes de modo a promover o conhecimento sobre seus produtos de origem e prospectar novos mercados.

**Palavras-Chave: Indicações Geográficas, Denominações de Origem, Produtos de origem, Internacionalização.**

### **1 Introdução**

Indicação geográfica (IG) consiste em um selo com aporte legal que identifica um produto como originário de uma região ou local, quando a qualidade, reputação ou outra especificidade do produto são especialmente relacionadas à sua origem geográfica (Menapace, et al., 2011). O reconhecimento da origem e da qualidade de produtos com base na demarcação territorial é uma forma de garantir e proteger sua reputação, preservando o processo produtivo tradicional e o saber fazer, além de subsidiar a sustentabilidade econômica dos atores envolvidos na cadeia produtiva. Ademais, os selos de qualidade geográfica, cultural e agroecológica podem atuar como unidades de desenvolvimento local a partir da organização da cadeia produtiva, enquanto um arranjo produtivo local, impulsionando agregação de valor ao produto e diferencial competitivo à região (Lages et al., 2006; Aprile, 2012; Quiñones-Ruiz, 2015).

Desse modo, as IGs representam um papel importante na recuperação de uma diversa quantidade de produtos tradicionais, bem como na prevenção do seu desaparecimento através do seu desenvolvimento econômico e social, pois sem essa política de valorização, muitos desses produtos se perderiam ou, pelo menos, não seriam comercializados fora de suas fronteiras regionais e nacionais.

Fernandez-Ferrin et al. (2019) destacam a crescente insatisfação dos consumidores com produtos provenientes de sistemas produtivos industriais. Há cada vez mais um aumento da preocupação com a saúde, bem como o desejo em apoiar produtores locais, o que leva os consumidores a buscarem alternativas tais como produtos locais, típicos e tradicionais de uma determinada região, como muitos produtos com IG. Sendo assim, essa nova vertente de consumo com preferências por produtos diferenciados advindas de processos socioambientais e saudáveis incorpora então atributos intangíveis, tais como história, cultura e tradições. Verifica-se, então uma busca de diferenciação oriunda do próprio consumidor, no que diz respeito à formação de identidades e imaginários, bem como maior individualização dos sujeitos (Mascarenhas & Wikinson, 2014; Giovannucci et al., 2010; Fernandez-Ferrín et al., 2019).

Contudo, a busca por produtos com certificação de origem tende a superar as fronteiras regionais, tendo em vista que o consumidor possui um apelo pela busca dessa identidade de origem a partir de produtos de diferentes regiões, em contexto de turismo, valorização e conhecimento de diferentes culturas a partir do tradicional e do genuíno diferencial da produção artesanal e do saber fazer local, bem como dos aspectos físicos, emocionais e afetivos que são exclusivos de uma determinada região (Menapace et al., 2011; Spers et al., 2018).

Perante essa perspectiva, as Indicações Geográficas (IGs) comunicam aos consumidores a reputação e as características de qualidade dos produtos alimentícios vinculadas à origem geográfica. No entanto, o registro de IG requer ação coletiva e esforços consideráveis suportados por vários atores. De acordo com os diversos esquemas legais de IG, como estrutura política, os agricultores e processadores devem concordar com a delimitação da área geográfica, técnicas de produção e características de qualidade do produto contidas na especificação do Produto (Quiñones-Ruiz et al., 2020). O controle e governança da IG também demandam esforços coletivos, bem como um adequado arranjo institucional. Toda essa estrutura consiste em um desafio para pequenos produtores e para as lideranças locais. Nessa perspectiva, superar esses desafios e utilizar a força da indicação geográfica como estratégia para obtenção de uma dimensão global consiste em um outro paradigma com novos desafios.

Observa-se que, mesmo com o controle sobre as IGs recaindo amplamente sobre os atores locais, elas estão aninhadas em redes regionais, nacionais e internacionais mais amplas, desse modo a passagem dos mercados locais para os globais introduz novos custos e benefícios, bem como novas relações de poder na cadeia de abastecimento (Bowen, 2010). Nesse sentido, Defrancesco et al., (2012) destacam que embora a proteção local seja um primeiro passo, o reconhecimento internacional é crucial para produtos de exportação.

A dimensão coletiva, associada ao uso de IGs, tem efeitos positivos importantes no apoio às exportações de pequenas empresas de médio porte (Belletti et al., 2009). Não obstante, globalmente, os produtos com IGs não são muito difundidos, principalmente do ponto de vista comercial, apesar da evolução sustentada positiva registradas por algumas indicações geográficas de origem europeia (Tibério & Francisco, 2012).

Nesse sentido, a principal contribuição deste estudo concerne no mapeamento do debate sobre o paradoxo da regionalização dos produtos e de sua respectiva internacionalização. Nas cadeias de valor contemporâneas, os produtores de pequena escala possuem um complexo processo para obter um posicionamento vantajoso perante as empresas mais poderosas. Não obstante, a valorização de produtos com certificação de origem em detrimento de produtos altamente globalizados pode representar um diferencial para um adequado posicionamento e alcance de novos mercados. Cabe ressaltar que este estudo é pioneiro em abranger, em uma revisão sistemática, o relacionamento entre as certificações de produtos de origem e o contexto de internacionalização desses produtos.

Sendo assim o objetivo deste artigo consiste em realizar uma revisão abrangente de literatura sobre indicações geográficas e internacionalização, em artigos disponíveis nas bases *Scopus* e *Web of Science*, de modo a identificar pontos de avanços metodológicos e teóricos, bem como aspectos de convergência e lacunas para proposições a uma agenda de pesquisa. Para cumprir o objetivo as seguintes questões de pesquisa são articuladas: (1) Qual é a tendência de publicação sobre indicação geográfica e internacionalização? (2) Quais informações são extraídas dessas tendências? (3) Quais as direções futuras sobre os estudos de indicações geográficas e internacionalização?

## 2 Referencial Teórico

As certificações são apropriadas para assegurar qualidade e segurança ao consumidor. Nesse sentido, verifica-se internacionalmente uma crescente busca por produtos com identidades locais e regionais certificadas, propiciando vantagem competitiva aos produtores locais e consequentemente desenvolvimento regional (Font i Furnols et al., 2011; Menapace et al., 2011; Brandão et al., 2012).

Outrora, muitos são os desafios para o produtor. Conforme De Carvalho (2016), a mudança de práticas organizacionais e nos processos produtivos oriundos da busca pelo registro da IG expõe incertezas e desafios aos produtores, que devem padronizar determinados fatores produtivos e até mesmo requalificar o saber fazer que já possuem, mas sem perder os principais aspectos que levam a distinção do produto. Acresce todo arcabouço estrutural que uma IG demanda, bem como a gama de instituições que precisam se envolver no processo e a formação de um adequado arranjo produtivo local para formação de diferencial competitivo.

De acordo com Beletti et al (2009) em razão dos alimentos produzidos em massa, desponta a tendência e crescimento dos produtos de origem, ou seja, produtos cujas características e reputação estão ligadas ao *terroir*, que acabam respondendo de forma mais adequada às necessidades dos consumidores em termos de genuinidade e autenticidade. Tal sucesso tem apontado a utilidade da origem territorial dos produtos agroalimentares ou de tradição cultural, destacada pelo nome e rótulo dos produtos, que se torna cada vez mais uma ferramenta estratégica de diferenciação e de prospecção de mercados.

Na dinâmica de globalização, as IGs podem ser concebidas, portanto, como forma alternativa aos efeitos padronizadores dos sistemas industriais de produção de alimentos “sem lugar”, ao passo que têm a capacidade de conectar a produção aos aspectos culturais, sociais, espaciais e ambientais de origens específicas, concebendo maiores responsabilidades de lugar em detrimento dos produtos de massa (Mancini, 2013). Entretanto, na própria concepção de categorizar o lugar tem-se a lógica de desenvolvimento da infraestrutura local para proteger as raízes mais levar o produto ao encontro de consumidores sedentos por experimentar uma lógica de consumo diferenciada. Naturalmente esse paradoxo suscita numerosos desafios.

De acordo com Hitt et al (1997), a internacionalização deriva do processo de expansão para além das fronteiras regionais entre países. Sendo assim, a competição e o espaço geográfico de atuação das organizações se expandem cada vez mais em razão da economia e tecnologia globalizada (Hitt et al., 2012). Nesse contexto, as indicações geográficas, que consistem em um reconhecimento da tradição ou *terroir* de uma região que a distingue na produção de um determinado produto, revelam-se um contraponto para os produtos globalizados, na medida em que busca a valorização do local. Contudo, para que o selo de indicação geográfica possa ser valorizado e reconhecimento internacionalmente, a fim de conferir proteção e expandir os horizontes de comercialização, depende intimamente dos acordos internacionais. Nesse sentido, Josling (2006) assevera para uma questão controversa nas negociações e disputas comerciais sobre a origem da produção. A questão é revelada por meio de disputas e divergências sobre a proteção adequada das IGs, principalmente entre EUA e UE, o que revela a importância dos acordos comerciais e políticos bilaterais.

De acordo com Zorgho e Larue (2014), a proteção das indicações de origem geográfica pode reduzir a assimetria de informações entre produtores e consumidores e, potencialmente, aumentar o comércio internacional. Desse modo, Raimondi (2019) salienta que as IGs afetam os fluxos comerciais de maneira diferente dependendo se as IGs são produzidas pelo país exportador ou importador, isso porque a presença de IGs no país exportador exerce sistematicamente um efeito comercial positivo na margem comercial. Além disso, os estudos destacam que as IGs afetam positivamente os preços de exportação, consistente com a ideia de que os produtos IG são percebidos pelos consumidores como produtos de qualidade superior (Menapace et al., 2011; Quiñones-Ruiz; 2015; Raimondi, 2019).

Outro aspecto relevante é a distinção entre os países que tradicionalmente exploram as indicações geográficas e os países emergentes, o que manifesta uma grande distância entre os dois contextos. No caso das IGs do velho mundo, identifica-se um amplo marco de regulação e exploração de mercados, enquanto no contexto da América Latina e dos países emergentes verifica-se uma incipiência estabelecimento de legislação

específica, falta de coordenação entre os atores sociais envolvidos, bem como uma ausência de conhecimento sobre o assunto por parte da população.

Mancini (2013) argumenta que as IGs podem representar uma oportunidade para países em desenvolvimento e como estratégia para o desenvolvimento de cadeias de valor globais, conquanto, podem se tornar fatores de mais marginalização em países latino-americanos, ao passo que para serem efetivas dependem de modelos organizacionais e relacionais adequados, além de legislação e políticas alinhadas com modelos adequados de transferência de tecnologia.

Bowen, (2010) destaca que, num processo de internacionalização de produtos de origem, os atores locais trabalham ativamente para incorporar a produção nos recursos sociais, culturais e ecológicos de seus territórios, ao mesmo tempo que interagem com os mercados extra locais. Para tanto, é preciso compreender que a proteção IG permite que os produtos sejam incorporados em muitos níveis diferentes: social (por meio do processo coletivo), econômico (por meio da criação de produtos de valor agregado), cultural (por meio da criação de laços históricos e culturais) e ecológico (por meio promoção de práticas sustentáveis). Sendo assim, as cadeias de suprimentos de IG tendem a ser governadas por atores locais, mas vendidas em mercados extra locais, envolvendo muitos elos entre os produtores e os demais atores envolvidos, o que depende um bom alinhamento entre esses elos em concomitância com a adoção de mecanismos pelos atores locais para resistir à apropriação.

### 3 Métodos

Foi utilizado neste estudo uma abordagem mista (quantitativa e qualitativa), sendo quantitativo na fase de análise bibliométrica e cientométrica, com emprego de técnicas estatísticas, e qualitativo na fase de categorização dos artigos selecionados. A pesquisa ainda apresenta natureza exploratória que tem por objetivo conceber maior conhecimento sobre o problema de pesquisa sendo, desse modo, adequado aos primeiros estágios de investigação e crucial para compreender significados e características situacionais apresentadas pelos atores envolvidos, uma vez que buscou-se levantar, de maneira não conclusiva, o estado da arte da produção científica sobre o objeto de estudo (Richardson, 2008).

Este estudo realizou uma análise bibliométrica seguido de uma revisão sistemática da literatura. A análise bibliométrica teve o intuito de capturar uma visão panorâmica sobre indicação geográfica e internacionalização, empregando análise quantitativa com bases métricas. Por sua vez, o mapeamento sistemático teve o intuito de categorizar as temáticas referentes ao objeto de pesquisa analisando os resultados e as principais lacunas para o desenvolvimento de uma agenda de pesquisa. Para tanto, foi empreendida uma análise qualitativa das produções bibliográficas selecionadas com base em um sistema de classificação de relevância e um protocolo de revisão de literatura.

O estudo analisou a produção científica nacional e internacional sobre o tema indicação geográfica e internacionalização em periódicos indexados nas principais bases de pesquisas científicas, *Scopus* e *Web of Science* (WOS), que são consideradas complementares e multidisciplinares. O Quadro 01 apresenta uma síntese das características gerais da pesquisa de revisão sistemática. Foram utilizadas como base algumas palavras-chave encontradas em artigos sobre os temas da pesquisa, de modo a se estabelecer uma convergência. Sendo assim entre os descritores de cada uma das dimensões pesquisas (indicação geográfica e internacionalização), foram empregados o operador OR e os descritores de cada dimensão serão integrados a partir do operador AND, de modo a restringir na abordagem apenas trabalhos que abordam de forma concomitante as áreas abordadas no objeto da presente pesquisa.

**Quadro 01 – Características da pesquisa e protocolo de busca**

Descritores para Indicação Geográfica	Protected Geographical Indication (PGI); Protected Designation of Origin (PDO); origin certification; designation of origin
Descritores para Internacionalização	International; Export; Global Value Chains
String de Busca	("Protected Geographical Indication" OR "Protected Designation of Origin" OR "origin certification" OR "designation of origin" OR "geographical indication") AND: ("International" OR "Export" OR "Global Value Chains")
Base de Dados	<i>Scopus</i> e <i>Web of Science</i> (WOS)
Filtro de Pesquisa	2010-2020; somente no título, resumo, palavras-chave e referências; somente artigos e revisões
Data de Desenvolvimento	Agosto 2020
Softwares e pacotes	R Studio, Bibliometrix, Biblioshiny e MS Excel

Fonte: Elaborado pelos autores.

A coleta de dados ocorreu em agosto de 2020, para um período dos últimos 10 anos. Foram acessados título, resumo, palavras-chave e referências. Apenas artigos teóricos e empíricos compuseram o universo da pesquisa. Os artigos não foram separados por área, tendo em vista o caráter multidisciplinar do objeto da investigação. Inicialmente a pesquisa resultou em 47 observações na base WOS e 117 observações na base Scopus. Foram excluídos 23 documentos duplicados, totalizando 141 artigos.

Primeiramente, o estudo definiu o objetivo e as questões de pesquisa. Por conseguinte, foram selecionadas as palavras-chave sobre o tema objeto de estudo nos bancos de dados Scopus e WOS. Até então, não foram identificados estudos que analisam o estado da arte, de forma

abrangente, das indicações geográficas na perspectiva da internacionalização. Realizou-se então a coleta dos artigos conforme os critérios informados no quadro 01. A etapa seguinte consistiu no uso da aplicação estatística de código aberto R para processar os dados. Em seguida foram processados os códigos *bibliometrix* para realizar uma análise bibliométrica descritiva e criar uma matriz com todos os documentos. Empregou-se ainda o uso do *biblioshiny* para a criação de um mapa conceitual e rede de palavras. A análise dos resultados envolveu a visualização da estrutura de conhecimento usando a técnica de redução de dados (Aria & Curcurullo, 2017; Firdaus et al., 2019; Secinaro et al., 2019).

Para analisar a relevância e dimensionar os principais artigos publicados, foi aplicado o método *InOrdinatio* (Pagani et al., 2015). O método proposto pelos autores objetiva equacionar fator de impacto, número de citações e ano de publicação de cada artigo, permitindo ordenar estudos de acordo estes parâmetros científicos.

Na fase qualitativa, traçou-se um panorama dos estudos com as respectivas tendências e direções para futuras pesquisas. De acordo com Webster e Watson (2002), uma revisão sistemática concisa desenvolve uma sólida fundamentação para o avanço do conhecimento em uma determinada área porque elenca os campos onde já existem muitas pesquisas e evidencia áreas onde pesquisas são necessárias, nesse sentido contribui para identificar oportunidade de novas pesquisas. O quadro 02 resume as técnicas e abordagens utilizadas na pesquisa, tanto para fase quantitativa quanto para fase qualitativa, elencando os métodos e as principais fontes utilizadas.

**Quadro 02 - Síntese das técnicas e abordagens empregadas**

Objetivo	Método	Estrutura	Técnicas	Fonte
Análise bibliométrica e cientométrica – Identificar o estado da arte e as redes colaborativas.	Quantitativo; Análise via RStudio com <i>Biblioshiny</i> .	Conceitual; intelectual e social	Análise de Redes, Análise Fatorial, Mapeamento temático; Rede de Colaboração	Aria & Cuccurullo (2017).
Seleção de Relevância – Analisar os artigos com maior impacto.	Quantitativo; <i>InOrdinatio</i>	Classificação	Modelo <i>inOrdinatio</i>	Pagani et al., 2015
Revisão Sistemática de Literatura – Categorizar os temas dos artigos selecionados e dimensionar a agenda de pesquisa.	Qualitativo;	Conceitual	-	Pagani et al., 2015

Fonte: Elaborado pelos autores

#### 4 Análise dos Resultados

Ao todo foram selecionados das bases WOS e Scopus 137 artigos e 3 revisões teóricas sobre o assunto. Os documentos foram produzidos por 296 autores diferentes, sendo que 57 artigos foram escritos por um único autor. Conquanto, a média de co-autores por documento foi de 2,33 com um índice de colaboração de 2,33. A média de citações dos artigos selecionados foi de 5,86.

A tabela 01 mostra o número de publicações por ano desde 2010, sendo possível perceber uma evolução sobre a temática, mesmo com alguns anos apresentando um decréscimo com relação ao anterior, como o caso do ano 2018. Já a tabela 02 mostra a classificação dos 10 artigos mais citados. O trabalho mais citado foi o denominado *Consumers' preferences for geographical origin labels: evidence from the Canadian olive oil Market* (Menapace et al., 2011), publicado no jornal *European Review of Agricultural Economics*.

Tabela 01 – Artigos mais citados

Artigo	Citações
MENAPACE L, 2011, EUR REV AGRIC ECON	99
BOWEN S, 2010, RURAL SOCIOL	82
MIRANDA M, 2012, CHIL J AGRIC RES	45
SNICHEZ-HERNNDEZ JL, 2010, GEOFORUM	40
MANCINI MC, 2013, J RURAL STUD	38
DEFRANCESCO E, 2012, WINE ECON POLICY	25
JENA PR, 2010, DEV POLICY REV	25
BESKY S, 2014, AGRIC HUMAN VALUES	24
KIZOS T, 2011, FOOD POLICY	23
CARACCILO F, 2016, INT FOOD AGRIBUS MANAGE REV	21

Tabela 02: Publicações por ano

Ano	Publicações
2010	6
2011	6
2012	9
2013	10
2014	9
2015	17
2016	16
2017	21
2018	14
2019	21
2020	11

Fonte: Dados da Pesquisa

Fonte: Dados da Pesquisa.

A figura 02 consiste na nuvem de palavras, que consiste em uma representação gráfica das palavras-chave que mais são mencionadas nos artigos que compõe a amostra da pesquisa, com base na aplicação da Lei de Zipf. O termo “qualidade” é o que mais aparece nas pesquisas, demonstrando que os produtos com indicações geográficas são tratados com um diferencial pela qualidade. Outras palavras são destacadas no ponto de vista de atributos dos produtos com IG, tais como certificação e proteção. Um outro grupo de palavras predominantes equivalem aos aspectos dos produtos com IG, tais como produtos alimentícios, ou o tipo de produto como vinho e café, que demonstram ser as indicações geográficas mais investigadas nesse grupo de trabalhos.



Figura 02: Nuvem de Palavras

Fonte: Elaborado pelos autores utilizando bibliometrix Rpackage.

Outro aspecto interessante é observar as palavras relacionadas a dimensão de internacionalização (comércio internacional, exportação, globalização, cadeia de valor global, importação, mercado de commodities) e os países ou regiões que aparecem em destaque, como o caso da França, Espanha, Portugal, e Europa, origens mais tradicionais em indicações geográficas, mas também américa latina, países como Chile, Colômbia, México e Brasil que vêm sendo alvo de pesquisa que analisa o contexto das IGs em países emergentes. Por fim, destacam-se termos relacionados a gestão das IGs, tais como governança, administração, desempenho, sustentabilidade e inovação.

A análise fatorial, baseada nas palavras-chave dos artigos, representa a ordem hierárquica e a relação entre as palavras-chave geradas por agrupamento hierárquico. É possível identificar a partir do dendrograma, duas vertentes principais, uma que discute as certificações na dimensão de economia rural, partindo do local para o global, grupo 1, e outra mais abrangente envolvendo o contexto da origem e as dimensões de gestão, competitividade e exportação considerada como grupo 2.

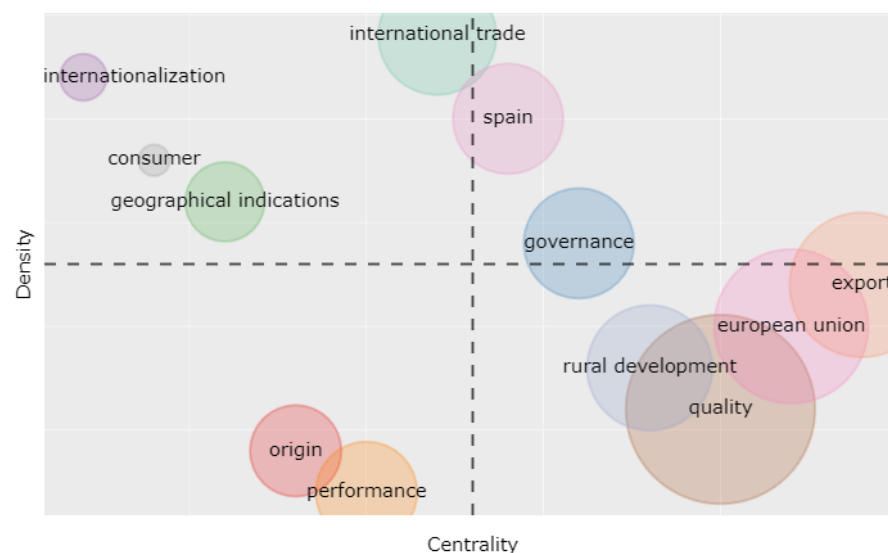
Na segunda vertente podemos encontrar ainda a predominância de pelo menos dois grandes grupos, uma que discute a gestão e o desempenho dos produtores envolvidos sobre o aspecto da governança, inovação e desempenho e outro que discute a perspectiva da propriedade intelectual e o arranjo institucional e político para internacionalização, a partir dos acordos internacionais, por exemplo. A tabela 02 resume as possíveis dimensões identificadas.

Tabela 02: Análise de clusters

Grupo 1	Do local para o global	
Grupo 2	A origem e as dimensões de gestão, competitividade e exportação.	Governança, inovação e desempenho.
		Propriedade intelectual, arranjo institucional e política para internacionalização.

Fonte: Elaborado pelos autores

O mapa temático, apresentado na figura 05, é elaborado com base em co-palavras, sendo desenvolvido um grupo de palavras considerados temas. O eixo vertical representado pela densidade mede a força dos elos internos dentro do cluster representado por um tema. Já o eixo horizontal representado pela centralidade mede a força dos elos entre o tema e outros temas no mapa.

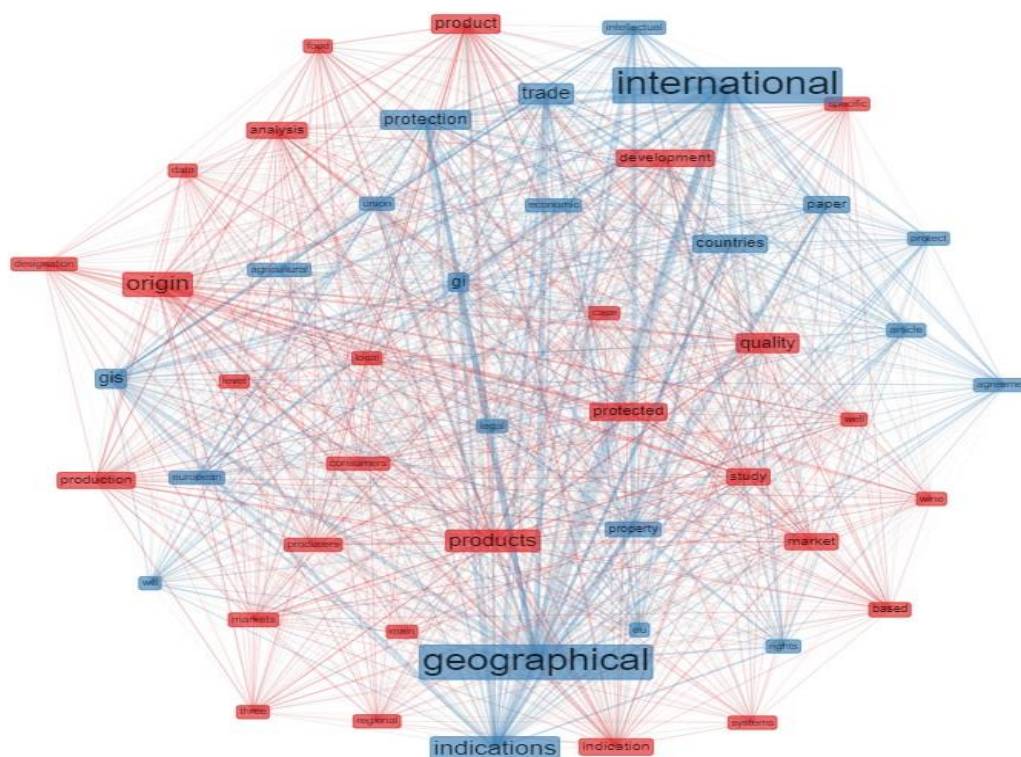


**Figura 05:** Mapa Temático

**Fonte:** Elaborado pelos autores utilizando bibliometrix Rpackage.

Do lado direito, no quadrante superior estão os temas motores, tal como governança das indicações geográficas e no quadrante inferior os temas básicos, envolvendo qualidade, exportação e aspectos locais como desenvolvimento rural e a região da união europeia que é a mais tratada nos estudos. Do lado esquerdo, no quadrante superior estão os temas muito especializados, que envolvem principalmente as IGs e as internacionalizações, sugerindo uma possível dificuldade para generalização dos assuntos tratados sobre o tema e no quadrante inferior os temas emergentes, envolvendo origem e a performance das indicações geográficas.

Pode-se identificar, ainda, na Figura 06, a rede co-ocorrência de palavras nos resumos dos artigos selecionados, baseados em níveis de proximidade e intermediação. É possível identificar 2 grupos de colaboração, o grupo destacado em azul estabelece ligação de palavras concernentes a indicações geográficas e comércio, internacionalização e países e o outro grupo, destacado em vermelho, relaciona produtos, atributos e os casos estudados nos artigos.



**Figura 06:** Rede co-ocorrência

**Fonte:** Elaborado pelos autores utilizando bibliometrix Rpackage.

A tabela 03 mostra os 10 países que foram mais citados nos trabalhos, como ambiente de estudo dos trabalhos empíricos. A Itália domina a lista com 105 citações. Já a tabela 04 mostra a produção científica por país, que representa o país de origem dos autores, onde é possível visualizar que a Itália também tem o maior número de publicações, seguido da França e Espanha. Por sua vez, a figura 07 demonstra a colaboração entre os países dos autores. A sigla MCP (*Multiple Countries Publication*) mensura a intensidade da colaboração internacional, indicando, para cada país, a existência de pelo menos um co-autor de diferente país. Já a sigla SCP (*Single Country Publication*) simboliza que não foram estabelecidas parcerias com outros países para a produção científica dos artigos. Desse modo observa-se o baixo ou quase nulo nível de colaboração nos artigos sobre o tema.

**Tabela 03:** Países mais citados

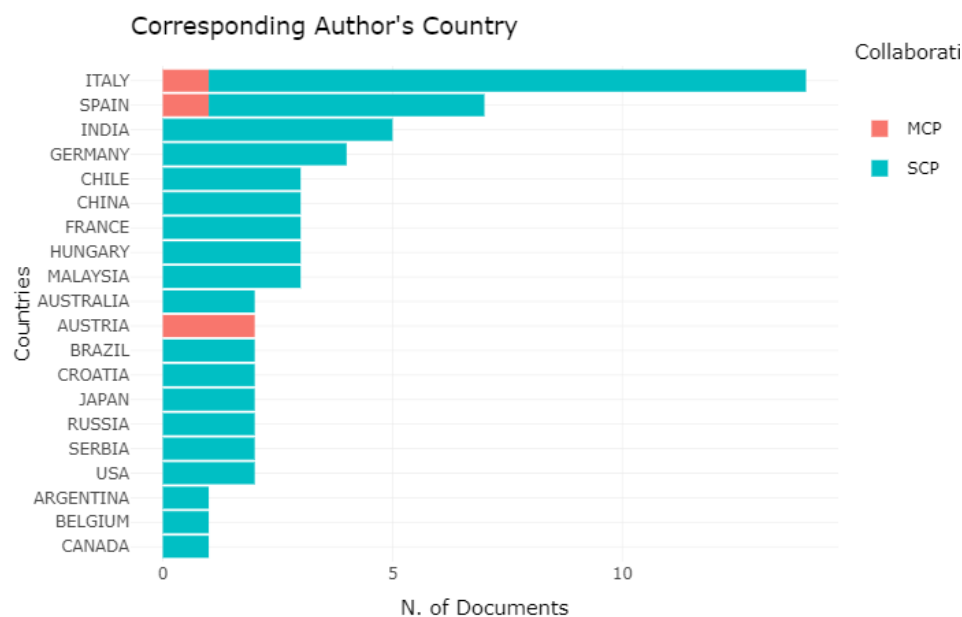
País	Citações	Média
ITÁLIA	105	7,5
ESPAÑA	57	8,14
CHILE	52	17,33
ALEMANHA	39	9,75
EUA	29	14,5
ARGENTINA	25	25
ÁUSTRIA	23	11,5
GRÉCIA	23	23
FRANÇA	18	6
CHINA	17	5,67

Fonte: Elaborado pelos autores.

**Tabela 04:** Produção científica do país

País	Freq.
ITÁLIA	33
FRANÇA	18
ESPAÑA	18
MALÁSIA	11
AUSTRÁLIA	10
ALEMANHA	8
EUA	8
BÉLGICA	7
COLÔMBIA	7
HUNGRIA	7

Fonte: Elaborado pelos autores.

**Figura 07:** Países dos autores e colaboração

Fonte: Elaborado pelos autores utilizando bibliometrix Rpackage.

Após a análise bibliométrica, em que foi possível traçar um panorama geral do estado da arte sobre IGs e internacionalização nos últimos 10 anos, verificou-se as publicações com maior nível de relevância, conforme o método *InOrdinatio* (Pagani et al., 2015). O artigo com maior impacto, conforme o ranking de relevância do método *InOrdinatio*, foi o trabalho de Menapace et al., (2011), seguido do estudo de Bowen (2010) e Mancini (2013).

Por conseguinte, foi procedida a leitura dos 30 trabalhos de maior relevância de modo a traçar um mapeamento da literatura, com os temas principais e agenda futura de pesquisa. Os temas principais foram classificados a partir das propostas e principais achados dos artigos analisados. Pode-se observar que a literatura sobre indicações geográficas e o mercado internacional são extensas e em eixos temáticos variados, embora



ainda exista uma carência de estudos que tratem especificamente das vantagens ou desvantagens da certificação no processo de internacionalização. Desse modo com base nos artigos selecionados, estruturou-se os estudos em 6 dimensões principais, conforme esboçado no quadro 05.

**Quadro 03:** Dimensões Principais

Macro variável	Temas	Principais Autores
1	Preferência dos Consumidores em mercados internacionais	Menapace et al., 2011; Kizos & Vakoufaris, 2011; Duarte Alonso, 2015; Ingrassia et al, 2017
2	Acordos comerciais/ Economia Política/Diplomacia	Jena & Grote, 2010; Engelhardt, 2015; Meloni & Swinnen, 2018; Chen & Garcia, 2016; Sorgho e Larue, 2014
3	Exportação de produtos para mercados emergentes	Mancini, 2013; Agostino, 2014; Quiñones-Ruiz et al, 2015; Agostino e Trivieri, 2016
4	Competitividade entre os clusters e performance	De francesco. 2012; Torok & Jambor, 2016; Marescotti & Belletti, 2016; Sarturi et al, 2016
5	Estratégia de desenvolvimento / governança territorial	Bowen, 2010; Treguear et al, 2016; Rhamah, 2017; Quiñones Ruiz, 2018; Calboli, 2015
6	Sustentabilidade e inovação para sistemas produtivos locais.	Sánchez-Hernandez, 2010; Clark & Kerr, 2017; Blakeney, 2017

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Na primeira variável, é possível alocar estudos que identificam preferências do consumidor estrangeiro em relação a um produto de origem de um outro país (Menapace et al., 2011, De francesco et al., 2012). Tais estudos geralmente empreendem abordagens quantitativas e estão alocados na área mercadológica. Observa-se que a maior parte dos produtos estudados são de origem de países da união europeia.

Já na segunda macro variável é possível visualizar trabalhos que abordam um contexto histórico e legal dos acordos comerciais internacionais para proteção das indicações geográficas. Os estudos focam na economia política e diplomacia entre os países envolvidos. A maior parte desses estudos tem abordagem qualitativa.

É possível identificar ainda um grupo de trabalhos que destacam a exportação de produtos para mercados emergentes, ou que abordam as diferenças entre os mercados desenvolvidos e mercados em desenvolvimento. Os estudos argumentam criticamente sobre essas diferenças, mas ainda negligenciam as abordagens que testam empiricamente os efeitos dos produtos com IGs de países emergentes.

Destaca-se também uma gama de estudos que abordam a competitividade entre os *clusters* a partir de análises comparativas entre os mercados de diferentes países ou ainda comparação em os produtos com IGs e as *commodities* ou produtos fortemente industrializados. Nesse grupo também foi alocado estudos que abordam a performance de determinados produtos, no que tange aos efeitos de exportação e inserção no mercado internacional.

Observa-se também um outro eixo de trabalhos que abordam as indicações geográficas como estratégia para desenvolvimento territorial, testando os efeitos das IGs no crescimento local, bem como a estrutura de governança necessária para alimentar a cadeia de valor global da indicação geográfica. Finalmente há um grupo de trabalhos que tratam da inovação e da sustentabilidade dos sistemas de IGs e como estes fatores se interseccionam com a internacionalização dos produtos. As lacunas foram indicadas nos trabalhos analisados que possuem focos contextuais distintos, mas apontam predominância de abordagens sobre IGs de regiões da União Europeia e lacunas que convergem na sugestão de uma maior heterogeneidade de regiões a serem analisadas.

## 5 Considerações Finais

Nas cadeias de valor contemporâneas, os produtores de pequena escala possuem um processo árduo para obter um posicionamento vantajoso perante as empresas mais poderosas a jusante, que na qual depende delas transaccionalmente (Tregear et al., 2015). Nesse sentido, as IGs podem contribuir para melhorar o posicionamento dos pequenos produtores. Sendo assim, o presente estudo buscou realizar um mapeamento de literatura existente dos últimos 10 anos sobre o tema indicações geográficas e internacionalização nas principais bases de indexação de artigos: *Web Of Science e Scopus*.

Com base no mapeamento realizado é possível identificar algumas tendências e traçar um panorama para realização de futuros trabalhos. Verifica-se uma tendência para estudos que abordam os mercados emergentes, especialmente a América Latina. Outra tendência identificada corresponde a diferenciação entre produtos industrializados, preconizado por Mancini (2013) como produtos “sem lugar” e produtos com IGs, que representam uma alternativa aos produtos de massa e o apelo para a valorização das tradições e culturas locais.

Embora mais tradicionais, muitos trabalhos são desenvolvidos sobre a estrutura de governança e desenvolvimento territorial, no ponto de vista da internacionalização. Também é possível identificar uma gama de estudos que abordam as relações diplomáticas dos acordos internacionais sobre a proteção de produtos de origem.

Os estudos indicam que as IGs se comportam de modo antagônico nas regiões norte (Sánchez-Hernández et al., 2010; Menapace et al., 2011; Kizos & Vakoufaris, 2011; Agostino & Trivieri, 2014) e sul globais (Bowen, 2010; Defrancesco et al., 2012; Mancini, 2013). Enquanto a maior parte dos estudos de IGs europeus e norte-americanos comprovam a eficácia da denominação de origem para comercialização dos produtos, os estudos empíricos do sul global (América Latina, África) deixam dúvidas do benefício comercial de registrar a indicação geográfica dos seus produtos. Isso evidencia que somente as IGs não são capazes de impulsionar os mercados em desenvolvimento e que políticas públicas e ações de internacionalização são necessárias para fomentar o mercado de indicação geográfica do sul global.

Como agenda para futuros trabalhos, sugere-se: (1) O localismo alimentar e o *terroir* podem estar ligados a fetichização do trabalho e ao apagamento total em favor dos “imaginários agrários” (Guthman 2004; Besky, 2014). Seria interessante mais abordagens sobre o paradoxo entre imaginários de consumo e as condições materiais que os produtores produzem. (2) Existe um abismo colossal entre o escopo das indicações geográficas pioneiras advindas do velho mundo (Europa) e dos países em desenvolvimento (Bowen, 2010; Mancini, 2013), é pertinente abordagens que explorem os países emergentes, que são citados, mas não estudados empiricamente. Nesse sentido, a direção dos estudos pode investigar a maneira pela qual os atores da cadeia de abastecimento definem a qualidade, a maneira como a IG valoriza o *terroir* da região, a força do empoderamento dos produtores e da coesão da coletividade para organização da indicação geográfica. Outro aspecto pertinente é tratar do arranjo institucional e legal dos países emergentes para fortalecimento das indicações geográficas. (3) Do ponto de vista econômico, poucos estudos avaliam os custos de transação determinar a contribuição líquida da IG para os lucros, uma vez que os custos associados à implementação de um IG, como uma estratégia orientada para o mercado, podem superar os benefícios de tal orientação, principalmente em países em desenvolvimento (Fagundes et al., 2012). Nesse sentido, sugerem-se estudos que avaliem o custo oportunidade da implementação das IGs, bem como os determinantes para determinadas regiões apresentarem um maior poder de abrangência, que podem ser relacionados a fatores da própria natureza dos produtos, bem como fatores econômicos, sociais, ambientais, institucionais, dentre outros.

Em suma, as lacunas encontradas demonstram que a direção de novos estudos sobre o assunto pode aprofundar a compreensão da dinâmica de internacionalização das cadeias dos produtos de origem, a partir do ponto de vista da percepção do consumidor doméstico e não doméstico, disposição dos consumidores em valorizar e pagar mais pelo produto de origem, bem como da disposição de comerciantes internacionais em enfatizar o produto de origem. As características e demanda por desenvolvimento das indicações geográficas de países emergentes e de países latino-americanos consistem nas principais tendências dos estudos e somadas com o debate entre a valorização regional e o processo de internacionalização como estratégia para o desenvolvimento formam uma agenda de pesquisa.

Nesse sentido, a agenda de estudos futuros inclui a avaliação das indicações geográficas como ferramenta estratégica para internacionalização, principalmente em países em desenvolvimento, incluindo papéis defensivos, em função da proteção de uso do nome geográfico e papéis ofensivos em razão da diferenciação e singularidade e reputação de origem.

Finalmente, cabe ressaltar que o artigo possui implicações práticas gerenciais, tendo em vista que os temas tratados demonstram *insights* sobre os aspectos relevantes a serem considerados na gestão de valor das indicações geográficas. Há uma crescente demanda por produtos com essa distinção, principalmente em nível global, com a valorização de produtos tradicionais e artesanais, mas é preciso levar ao consumidor o conhecimento e acesso a esses produtos com planejamento e um adequado esquema de governança. As relações bilaterais entre os países também são essenciais para a orientação mercadológica internacional dos produtos de origem. Ademais, estes dependem além do esforço coletivo dos produtores envolvidos, de políticas públicas adequadas e de uma fluidez entre os elos envolvidos na cadeia global de valor.

Do ponto de vista da literatura sobre IGs e internacionalização, verifica-se implicações para futuras abordagens sobre o tema. Em geral é possível identificar um alinhamento entre as abordagens de indicações geográficas e internacionalização, mas as frentes de estudos são muito heterogêneas, sendo incipientes abordagens que tratam empiricamente sobre as indicações geográficas como estratégia para orientação internacional, sem que esta perca suas nuances e características principais de distinção, que oriunda de seus aspectos naturais, culturais e artesanais.

### Referências

- Agostino, M., & Trivieri, F. (2014). Geographical indication and wine exports. An empirical investigation considering the major European producers. *Food Policy*, 46, 22–36. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2014.02.002>
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Besky, S. (2014). The labor of terroir and the terroir of labor: Geographical indication and Darjeeling tea plantations. *Agriculture and Human Values*, 31(1), 83–96. <https://doi.org/10.1007/s10460-013-9452-8>

- Bowen, S. (2010). Embedding Local Places in Global Spaces: Geographical Indications as a Territorial Development Strategy. *Rural Sociology*, 75(2), 209–243. <https://doi.org/10.1111/j.1549-0831.2009.00007.x>
- De Francesco, E., Orrego, J. E., & Gennari, A. (2012). Would “New World” wines benefit from protected geographical indications in international markets? The case of Argentinean Malbec. *Wine Economics and Policy*, 1(1), 63–72. <https://doi.org/10.1016/j.wep.2012.08.001>
- Fernández-Ferrín, P., Bande, B., Galán-Ladero, M. M., Martín-Consuegra, D., Díaz, E., & Castro-González, S. (2019). Geographical indication food products and ethnocentric tendencies: The importance of proximity, tradition, and ethnicity. *Journal of Cleaner Production*, 241, 118210. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118210>
- Font i Furnols, M., Realini, C., Montossi, F., Sañudo, C., Campo, M. M., Oliver, M. A., Nute, G. R., & Guerrero, L. (2011). Consumer’s purchasing intention for lamb meat affected by country of origin, feeding system and meat price: A conjoint study in Spain, France and United Kingdom. *Food Quality and Preference*, 22(5), 443–451. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.02.007>
- Hitt, M.A., Hoskisson, R.E. and Kim, H. (1997), “*International diversification: effects on innovation and firm performance in product-diversified firms*”, *Academy of Management Journal*, Vol. 40 No. 4, pp. 767-798.
- Josling, T. (2006). The war on terroir: Geographical indications as a transatlantic trade conflict. In *Journal of Agricultural Economics* (Vol. 57, Issue 3, pp. 337–363). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1111/j.1477-9552.2006.00075.x>
- Kizos, T., & Vakoufari, H. (2011). Valorisation of a local asset: The case of olive oil on Lesbos Island, Greece. *Food Policy*, 36(5), 705–714. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2011.06.005>
- Mancini, M. C. (2013). Geographical Indications in Latin America Value Chains: A “branding from below” strategy or a mechanism excluding the poorest? *Journal of Rural Studies*, 32, 295–306. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.008>
- Mascarenhas, G., & Wilkinson, J. (2014). Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. *Revista de Política Agrícola*, 23(2), 103–115. <https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/918>
- Meloni, G., & Swinnen, J. (2018). Trade and terroir. The political economy of the world’s first geographical indications. *Food Policy*, 81, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2018.10.003>
- Menapace, L., Colson, G., Grebitus, C., & Facendola, M. (2011). Consumers’ preferences for geographical origin labels: Evidence from the Canadian olive oil market. *European Review of Agricultural Economics*, 38(2), 193–212. <https://doi.org/10.1093/erae/jbq051>
- Pagani, R. N., Kovaleski, J. L., & Resende, L. M. (2015). Methodi Ordinatio: a proposed methodology to select and rank relevant scientific papers encompassing the impact factor, number of citation, and year of publication. *Scientometrics*, 105(3), 2109–2135. <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1744-x>
- Quiñones-Ruiz, X. F., Penker, M., Vogl, C. R., & Samper-Gartner, L. F. (2015). Can origin labels re-shape relationships along international supply chains? – the case of Café de Colombia. *International Journal of the Commons*, 9(1), 416–439. <https://doi.org/10.18352/ijc.529>
- Raimondi, V., Falco, C., Curzi, D., & Olper, A. (2020). Trade effects of geographical indication policy: The EU case. *Journal of Agricultural Economics*, 71(2), 330–356. <https://doi.org/10.1111/1477-9552.12349>
- Sánchez-Hernández, J. L., Aparicio-Amador, J., & Alonso-Santos, J. L. (2010). The shift between worlds of production as an innovative process in the wine industry in Castile and Leon (Spain). *Geoforum*, 41(3), 469–478. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2009.12.004>
- Secinaro, S., Brescia, V., Calandra, D., & Biancone, P. (2020). Employing bibliometric analysis to identify suitable business models for electric cars. In *Journal of Cleaner Production* (Vol. 264, p. 121503). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121503>
- Sorgho, Z., & Larue, B. (2014). Geographical indication regulation and intra-trade in the European Union. *Agricultural Economics*, 45(S1), 1–12. <https://doi.org/10.1111/agec.12125>
- Tregear, A., Török, Á., & Gorton, M. (2016). Geographical indications and upgrading of small-scale producers in global agro-food chains: A case study of the Makó Onion Protected Designation of Origin. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 48(2), 433–451. <https://doi.org/10.1177/0308518X15607467>
- Van der Merwe, M., Kirsten, J. F., & Trienekens, J. H. (2018). The Karoo Meat of Origin certification scheme: A silver bullet? *International Food and Agribusiness Management Review*, 21(5), 655–668. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2016.0106>