



Nota técnica

PERFIL DOS TITULARES DE MARCAS DE MEL NO RIO GRANDE DO SUL: UMA ANÁLISE COM BASE NOS REGISTROS DO INPI

PROFILE OF HONEY TRADEMARK HOLDERS IN RIO GRANDE DO SUL: AN
ANALYSIS BASED ON INPI RECORDS

Vitor Sonaglio Maioli

Email: vsmioli@outlook.com

Possui graduação em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2021). Atualmente é Sócio Fundador da Conexo Propriedade Intelectual, empresa que presta consultoria em ativos de inovação e propriedade industrial em geral. Atua desde 2019 no campo da Propriedade Intelectual, sendo diplomado em diversos cursos da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), dentre outros.

Gisele Rodrigues Damazio

Email: gisele.damazio@gmail.com

Graduada em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2013), Técnica em Gestão Empresarial pela Escola Técnica de Comércio da UFRGS (2008). Atualmente cursa Mestrado em Propriedade Intelectual, Transferência de Tecnologia e Inovação e Pós-graduação em Mediação e Conciliação de Conflitos. É advogada inscrita na OAB/RS, trabalha como Advogada Pleno na BR FIBRA TELECOMUNICAÇÕES LTDA. Tem experiência na área de Direito Cível, Trabalhista, Societário, Consumidor, Propriedade Intelectual, com ênfase em Direito da Empresa.

Camila Neis Pinheiro

Email: camilaneispi@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4643-0178>

Possui graduação em Direito pela Fundação Escola Superior do Ministério Público – RS (2020). Atualmente é head do time internacional da Creazione Marcas e Patentes. Tem experiência na área de Direito, com ênfase em Direito, atuando principalmente nos seguintes temas: direito da moda, direito digital, propriedade intelectual.

Sabrina Oliveira Xavier

Email: sabrina.xavier@portoalegre.rs.gov.br

Doutora em Direito pela Universidade Grenoble Alpes. Diretora de Inovação do Gabinete de Inovação da Prefeitura Municipal de Porto Alegre-RS.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8960-7965>

Biografia completa:

Doutora em Direito pela Universidade Grenoble Alpes (2020), Doutorado Pleno no Exterior, Mestre em Direito dos Negócios pela Universidade Lille II (2004), Mestrado Pleno no Exterior. Advogada inscrita na OAB/RS N. 47.598 desde 1999. Diretora de Inovação do Gabinete de Inovação da Prefeitura de Porto Alegre e Professora visitante no IFRS Campus Porto Alegre, atuando no PROFNIT - Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

e Transferência de Tecnologia para a Inovação. Diretora do Living Lab POA (Prova de conceito POC, SANDBOX Regulatório e Contrato Público para Soluções Inovadoras CPSI), Diretora do Fórum de Direito Digital e da Inovação FDDI, Secretária Executiva - Fórum de Gestores de Inovação da GRANPAL, Representante Porto Alegre na TECHROAD.

Claudio Vinicius Silva Farias

Email: claudio.farias@poa.ifrs.edu.br

Doutor em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Vice-coordenador do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação - PROFNIT. Instituto Federal do Rio Grande do Sul - Campus Porto Alegre.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0400-3260>

Biografia completa:

Doutor em Desenvolvimento Rural (PGDR/UFRGS). Mestrado em Economia (Unisinos). Graduado em Administração de Empresas (UFRGS). Ganhador do Prêmio Edson Potsch Magalhães, pela melhor Tese de Doutorado em Economia Rural no ano de 2016, concedido pela Sociedade Brasileira de Administração, Economia e Sociologia Rural (SOBER). Experiência docente e de pesquisa na área de Administração e Economia Industrial, atuando principalmente nos seguintes temas: Cooperação e Coordenação de Setores Produtivos, Economia Institucional, Competitividade, Inovação e Aprendizagem Organizacional e Tecnológica, Economia da Saúde e Tecnologia. Atualmente é Vice-Coordenador do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT), ponto focal IFRS. Coordenador da Pós-Graduação em Gestão Empresarial (IFRS Campus Porto Alegre). Professor Titular do Campus Porto Alegre do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

Vera Lúcia Milani Martins

Email: vera.martins@poa.ifrs.edu.br

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação - PROFNIT. Instituto Federal do Rio Grande do Sul - Campus Porto Alegre.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4769-3049>

Biografia completa:

Professora de Estatística no IFRS-POA, Coordenadora do Mestrado PROFNIT Polo IFRS - Campus Porto Alegre. Possui graduação em Estatística pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2008), Mestrado em Engenharia de Produção - UFRGS (2011), Doutorado em Engenharia de Produção - UFRGS (2014) e Pós-doutorado em Engenharia de Produção - UFRGS (2019) . Possui interesse nas áreas de Métodos Quantitativos, Forecasting, Combinação de Previsões, IA aplicada em choice experiments, Análise conjunta, Estudos de identificação de atributos e valor e Disposição a pagar (WTP).

RESUMO

Esta Nota Técnica apresenta uma análise do perfil dos titulares de marcas que utilizam a denominação "mel" registradas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), com foco no estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa foi conduzida com base em dados extraídos do sistema *Webseek/INPI*, considerando exclusivamente marcas registradas e vigentes na Classe Internacional de Nice 30, que especificam o produto "mel" em sua descrição. A partir da categorização dos titulares quanto à sua natureza jurídica: a) Microempreendedor Individual (MEI); b) Pessoa Física; c) Empresa de pequeno ou médio porte (EIRELI, LTDA, ou Empresário Individual); d) Cooperativas ou Associações; e) Empresas de grande porte (S/A, holdings), o estudo busca entender o papel estratégico da propriedade intelectual na valorização dos produtos da apicultura gaúcha e o potencial de diferenciação mercadológica por meio das marcas.

Palavras-chave: Mel ; INPI; Marcas; Rio Grande do Sul; Perfil.

ABSTRACT

This Technical Note presents an analysis of the profile of trademark holders using the term "mel" (honey) registered with the Brazilian Patent and Trademark Office (BPTO), with a focus on the state of Rio Grande do Sul. The research was based on data extracted from the *Webseek/INPI* system, considering only active and registered trademarks under the Nice Classification Class 30 that specifically list "honey" in their description. Trademark holders were categorized according to their legal nature: (a) Individual Microentrepreneur (MEI); (b) Natural Person (individual); (c) Small or medium-sized enterprises (including EIRELI, limited liability companies – LTDA, or sole proprietors); (d) Cooperatives or Associations; and (e) Large companies (such as corporations – S/A, exporters, and holding companies). The study aims to understand the strategic role of intellectual property in the valorization of honey products from Rio Grande do Sul and the potential for market differentiation through trademarks.

Keywords: Honey; INPI; trademarks; Rio Grande do Sul; Profile.

1 INTRODUÇÃO

A produção de mel no Brasil representa um segmento relevante do agronegócio, com destaque para sua diversidade regional. Segundo o Boletim de Tendências elaborado pelo Sebrae, o Brasil registrou a produção de 61 mil toneladas de mel em 2022, consolidando-se como o décimo maior produtor mundial. Dentre os estados brasileiros, o Rio Grande do Sul figura entre os principais produtores, com mais de 9 milhões de quilos extraídos no mesmo ano (SEBRAE, 2025).

A cadeia produtiva do mel no Brasil é composta por diferentes perfis de produtores. De modo geral, três grandes grupos se destacam: pequenos produtores rurais ligados à agricultura familiar; apicultores amadores ou também denominados “*hobbistas*”; e produtores profissionais que tratam a atividade como negócio (Buainain; Batalha, 2006). A maioria dos produtores brasileiros ainda se enquadra na categoria de hobbistas, com até 400 colmeias e produção voltada ao mel silvestre. Acima dessa escala, muitos produtores começam a atuar de forma mais estruturada, com a exploração de floradas específicas como a de laranjeira e eucalipto, entre outras, algumas delas com alto valor de mercado na Europa (Buainain; Batalha, 2006).

Embora não exista um critério consensual para classificar cada tipo de produtor, é crescente a presença de apicultores considerados profissionais, caracterizados pelo uso intensivo de tecnologia, número elevado de colmeias, produtividade superior e maior controle sobre os processos produtivos. Esses produtores tendem a estar organizados em associações, o que favorece o acesso à informação, à inovação tecnológica e à organização da comercialização. Essa estrutura permite uma maior padronização da produção e qualidade do mel, além de proporcionar inserção mais competitiva no mercado e melhor valorização econômica do produto (Buainain; Batalha, 2006).

Segundo Lima Neto (2025), a apicultura desempenha um papel fundamental para o equilíbrio dos ecossistemas, uma vez que as abelhas, ao realizarem a polinização das flores, contribuem diretamente para a formação de frutas e legumes, além de preservar a diversidade das espécies vegetais. Além disso, possuem um papel economicamente relevante diante do seu produto principal: o mel. A produção de mel no Brasil, é inclusive incentivada por meio de políticas públicas, cita-se como exemplo a Lei n.º 14.639/23, que instituiu a política

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

nacional de incentivo à produção melífera e ao desenvolvimento de produtos e serviços apícolas e meliponícolas de qualidade.

O Rio Grande do Sul possui tradição na produção de mel, com destaque tanto para grandes produtores do agronegócio quanto para agricultores familiares e cooperativas locais. O mel, além de alimento, é reconhecido por suas propriedades terapêuticas e valor cultural. Neste contexto, a proteção por propriedade intelectual – especialmente por meio do registro de marcas – pode se tornar um ativo estratégico para diferenciação no mercado, podendo assegurar origem e agregar valor.

Diante deste cenário, a presente nota técnica propõe analisar o perfil dos titulares de marcas que utilizam o termo “mel” em seus registros, com ênfase no estado do Rio Grande do Sul, buscando compreender como diferentes tipos de produtores – desde pessoas físicas até grandes empresas – têm utilizado a propriedade intelectual como ferramenta de valorização e posicionamento mercadológico no setor apícola.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1. Mel como produto agroalimentar

O mel é um produto agroalimentar natural obtido a partir do néctar das flores, sendo resultado da atividade apícola. O Brasil figura entre os maiores exportadores mundiais, e o Rio Grande do Sul se destaca na produção nacional, com ampla diversidade florística e reconhecimento por qualidade (SEBRAE, 2024).

Trata-se de um produto alimentício natural com propriedades nutricionais e terapêuticas reconhecidas, associado à saúde, sustentabilidade e consumo consciente. Sua origem natural, a relação com biomas locais (como o Pampa e a Mata Atlântica), e a diversidade floral conferem ao mel gaúcho potencial de diferenciação geográfica e de origem (Oliveira e Santos, 2020).

2.2. Contexto da produção do Mel no Rio Grande do Sul

O Rio Grande do Sul é reconhecido como um dos principais estados brasileiros na produção de mel, com destaque para a atuação de pequenos produtores e cooperativas ligadas

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

à agricultura familiar. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), o estado figura entre os cinco maiores produtores nacionais, com significativa concentração produtiva em municípios de diversas partes do estado.

Essa produção é favorecida pela diversidade florística dos biomas presentes no estado, que, aliada a práticas tradicionais de manejo apícola, confere ao mel gaúcho características sensoriais diferenciadas, com forte potencial de valorização territorial (Schroeder e Costa, 2021). Destaca-se que a apicultura, ao integrar biodiversidade, conhecimento tradicional e práticas sustentáveis, desempenha um papel estratégico tanto para a geração de renda quanto para a conservação ambiental.

Ainda a apicultura também se apresenta como alternativa de inclusão produtiva e fortalecimento de economias locais, sendo adotada por famílias em transição agroecológica ou inseridas em programas de assistência técnica rural (Ferraz et al., 2021). No entanto, mesmo diante dessa importância socioeconômica, a cadeia do mel no Rio Grande do Sul enfrenta desafios persistentes, como a informalidade, a baixa agregação de valor e o pouco acesso a instrumentos de proteção da propriedade intelectual. Essa lacuna compromete o reconhecimento formal de atributos de origem, identidade cultural e qualidade dos produtos apícolas regionais, limitando o potencial competitivo dos pequenos empreendedores no mercado (Cunha e Bianchi, 2017).

2.3. Propriedade Intelectual e Mel

A marca é um dos ativos intangíveis mais relevantes no campo da propriedade intelectual e exerce papel estratégico na valorização comercial e simbólica de produtos agroalimentares, especialmente em contextos de produção artesanal e territorializada (Ferraz et al., 2021). O seu registro confere ao titular o direito exclusivo de uso no território nacional, protegendo a identidade do produto contra imitações e consolidando sua posição no mercado (INPI, 2023).

No âmbito da apicultura, o uso da marca transcende a função meramente identificadora. Ela representa um sinal distintivo que agrega valor, comunica atributos como qualidade, origem e tradição, e contribui para a construção de uma imagem positiva perante consumidores que valorizam produtos naturais, sustentáveis e locais (Cunha e Bianchi, 2017).

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

Em cadeias produtivas como a do mel, fortemente vinculadas à agricultura familiar e à agroecologia, a marca pode ser uma ferramenta de diferenciação e inclusão produtiva.

Segundo Medeiros (2015), o uso estratégico da propriedade intelectual no agronegócio ainda é subexplorado, especialmente entre pequenos produtores, devido a barreiras como desconhecimento técnico, custos processuais e ausência de políticas públicas específicas. Contudo, iniciativas voltadas à sensibilização e à capacitação em PI têm revelado impactos positivos na formalização e comercialização de produtos agroindustriais.

As especificações técnicas associadas às marcas de mel revelam um amplo espectro de produtos, que vão desde o mel puro e orgânico até cosméticos artesanais com ingredientes naturais, suplementos alimentares, pomadas fitoterápicas e bebidas fermentadas. Essa multifuncionalidade do mel como insumo evidencia seu potencial para inovação em diversas cadeias produtivas, especialmente aquelas voltadas a nichos de mercado como alimentação saudável, cosmética natural e produtos terapêuticos (Schneider et al., 2020).

O uso estratégico da marca por apicultores e agroindústrias permite, além da proteção contra concorrência desleal, a valorização dos atributos de origem, qualidade e tradição, elementos valorizados especialmente nos mercados de nicho e nos circuitos curtos de comercialização (Pilatti et al, 2020). Segundo Cunha e Bianchi (2017), o registro de marcas por produtores da cadeia apícola no sul do Brasil tem sido adotado como instrumento de fortalecimento da identidade regional dos produtos e como forma de enfrentamento à concorrência de grandes marcas.

No entanto, o acesso ao sistema de propriedade intelectual ainda enfrenta obstáculos, especialmente para agricultores familiares, cooperativas e pequenos empreendedores, que muitas vezes desconhecem os mecanismos de proteção ou enfrentam dificuldades técnicas e financeiras para formalizar seus ativos intangíveis (Gusmão et al., 2021). Essa realidade reforça a necessidade de políticas públicas e ações extensionistas que promovam a democratização do conhecimento sobre PI no meio rural.

As especificações dos produtos declaradas nos pedidos de registro analisados demonstram uma diversificação crescente do uso do mel como insumo. Além de sua função alimentícia tradicional, há registros que exploram o mel em cosméticos naturais, suplementos

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

alimentares, produtos fitoterápicos e até bebidas fermentadas. Essa multifuncionalidade revela o potencial inovador da cadeia apícola, alinhado às tendências de consumo que priorizam saudabilidade, sustentabilidade e naturalidade (SILVA; OLIVEIRA, 2018).

2.3. Produtos do Mel e potencialidades

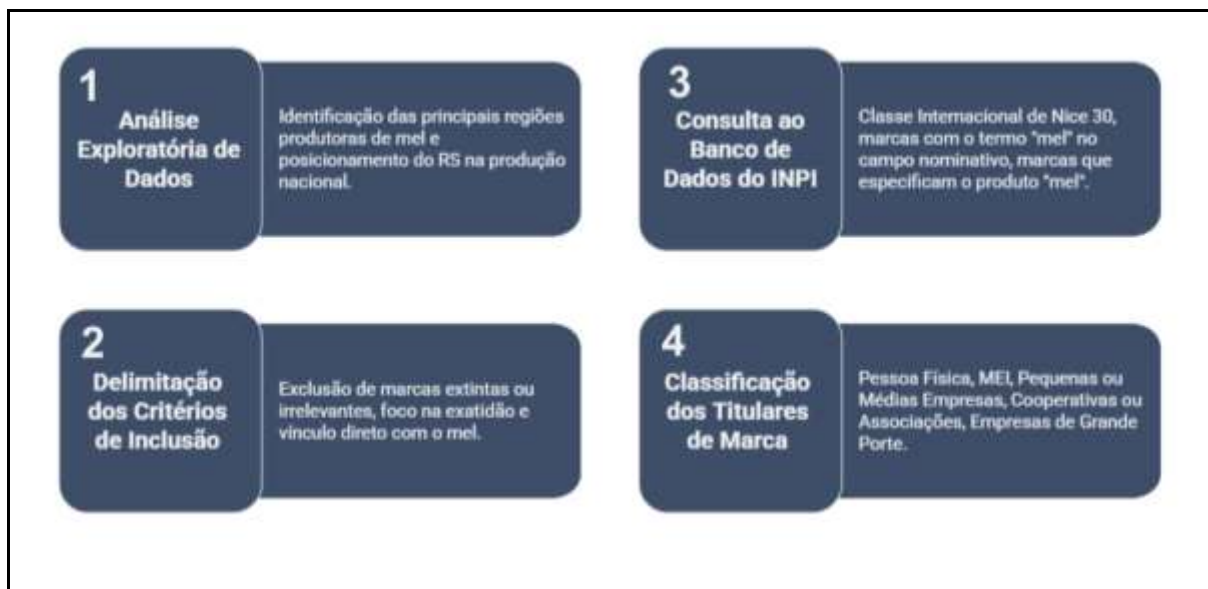
O mel, tradicionalmente consumido como alimento *in natura*, tem ganhado destaque pela sua versatilidade como insumo na formulação de produtos cosméticos, farmacêuticos, alimentícios funcionais e bebidas artesanais. Os registros de marcas contendo a palavra-chave “mel” não se restringem à classe 30 (alimentos), isso demonstra a amplitude de aplicações comerciais exploradas por empreendedores e pequenas agroindústrias brasileiras.

A Embrapa destaca o potencial de agregação de valor dos produtos apícolas, especialmente em cadeias curtas de comercialização, ressaltando que o aproveitamento integral da produção (mel, cera, própolis, geleia real) permite diversificação econômica e redução de riscos para o produtor rural (EMBRAPA, 2020). Essa perspectiva é particularmente relevante em regiões como o Rio Grande do Sul, onde a apicultura está fortemente vinculada à agricultura familiar.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada para a elaboração desta nota técnica compreendeu, inicialmente, uma análise exploratória de dados secundários provenientes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da Associação Brasileira de Estudos das Abelhas (ABELHA). O objetivo dessa etapa foi identificar as principais regiões produtoras de mel no Brasil e posicionar o estado do Rio Grande do Sul no contexto da produção nacional, com base em indicadores de volume e valor da produção. Na etapa central da pesquisa, voltada à identificação do perfil dos titulares de marcas de mel no estado do Rio Grande do Sul, foi realizada uma consulta ao banco de dados de marcas do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), por meio do software *Webseek*, que permite extrair dados estruturados a partir do sistema Busca Web.

Figura 1 - Etapas metodológicas



A pesquisa foi delimitada à Classe Internacional de Nice 30, que abrange, de forma geral, produtos alimentícios, incluindo mel, doces, massas, cafés e especiarias. No entanto, restringiu-se a marcas que especificam, de forma expressa, o produto “mel” em sua descrição. Foram consideradas apenas marcas registradas e vigentes, com qualquer tipo de apresentação (nominativa, figurativa, mista ou tridimensional), que contivessem exatamente o termo “MEL” no campo nominativo. Adicionalmente, foi ativada a busca fonética e por correspondência para capturar pequenas variações de composição, desde que o termo “mel” estivesse presente. Os registros arquivados ou extintos foram excluídos da análise, e não foi utilizada a ferramenta de afinidade. A pesquisa avançada foi realizada com a expressão E{MEL} e abrangeu exclusivamente marcas cujo domicílio do titular estivesse localizado no estado do Rio Grande do Sul.

A opção por limitar a análise às marcas que utilizam o termo “mel” de forma exata em seu elemento nominativo e que especificam o produto “mel” no escopo da proteção visa assegurar a precisão e a relevância dos dados obtidos. Essa delimitação evita distorções que poderiam ser causadas pela inclusão de marcas que, embora mencionem o mel em suas especificações, estejam vinculadas a produtos cuja atividade principal não esteja diretamente relacionada à apicultura ou à comercialização do mel como produto.

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

Os dados coletados foram posteriormente classificados com base na natureza jurídica dos titulares em: a) Microempreendedor Individual (MEI); b) Pessoa Física; c) Empresa de pequeno ou médio porte (EIRELI, LTDA, ou Empresário Individual); d) Cooperativas ou Associações; e) Empresas de grande porte (S/A, holdings), com o intuito de identificar o perfil predominante entre os detentores de marcas de mel no estado. As informações obtidas serão apresentadas na forma de gráficos e tabelas na seção de resultados.

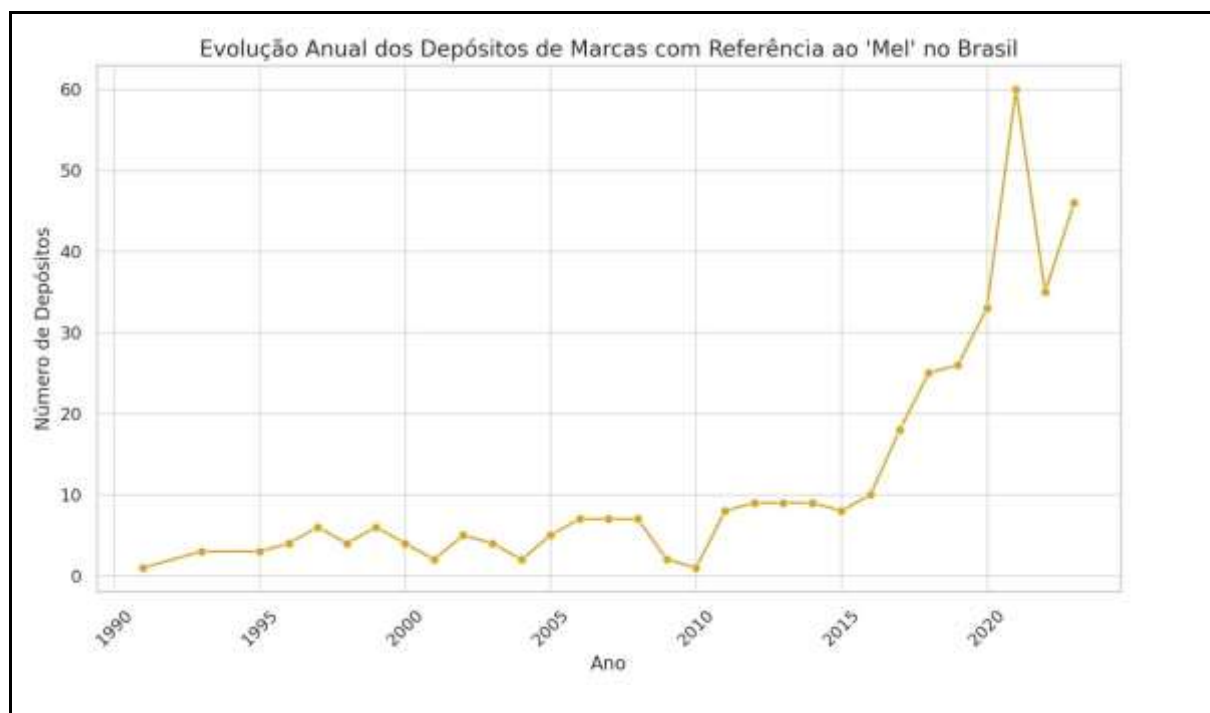
4 RESULTADOS

4. 1. Marcas registradas identificando Mel: panorama nacional e recorte gaúcho

A partir dos critérios de busca aplicados no banco de dados do INPI (*Webseek*), foram identificadas 370 marcas registradas e vigentes na Classe de Nice 30, que possuem o termo “mel” em seu elemento nominativo e especificam o produto “mel” em sua descrição. Este número representa o universo nacional de marcas alinhadas aos parâmetros definidos nesta pesquisa.

Para compreender a evolução do interesse pela proteção marcária nesse segmento, especialmente no contexto da apicultura, foi analisada a distribuição temporal dos depósitos ao longo dos anos. A Figura 2 permite observar o comportamento dos registros no Brasil, revelando períodos de estabilidade, crescimento e eventuais oscilações no número de marcas depositadas com referência ao mel.

Figura 2 - Evolução Anual dos Depósitos de Marcas com Referência ao Mel no Brasil



Observa-se, a partir do gráfico, que os depósitos de marcas com referência ao mel permaneceram em níveis relativamente baixos e estáveis até meados da década de 2010, quando se inicia uma tendência de crescimento mais expressiva. Esse movimento ascendente se intensifica a partir de 2018, alcançando um pico em 2021. Ainda que haja oscilações pontuais nos anos seguintes, o volume de registros se mantém elevado em relação ao período anterior. Tal comportamento pode refletir o aumento do interesse por parte de produtores e empreendedores na diferenciação e proteção de seus produtos no mercado, bem como maior conscientização quanto à importância estratégica da propriedade intelectual no setor apícola.

Dentre essas 370 marcas, apenas 29 registros têm como titular pessoas físicas ou jurídicas domiciliadas no estado do Rio Grande do Sul, o que representa aproximadamente 7,8% do total. Este dado evidencia uma baixa proporção de registros gaúchos no cenário nacional, considerando que o Rio Grande do Sul figura entre os principais estados produtores de mel do Brasil. A disparidade pode indicar uma subutilização do sistema de propriedade industrial por parte dos apicultores gaúchos, especialmente os de pequeno porte, cooperativas e agricultores familiares.

4. 2. Perfil Jurídico dos Titulares Gaúchos

A partir da análise dos 29 registros do Rio Grande do Sul, foi realizada a classificação dos titulares com base em sua natureza jurídica, com o objetivo de identificar o perfil empresarial predominante entre os agentes econômicos que atuam na cadeia do mel e utilizam o sistema de marcas como estratégia de proteção e diferenciação mercadológica.

A categorização foi dividida em: a) Microempreendedor Individual (MEI); b) Pessoa Física; c) Empresa de pequeno ou médio porte (EIRELI, LTDA, ou Empresário Individual); d) Cooperativas ou Associações; e) Empresas de grande porte (S/A, holdings).

Tabela 1 - Número de marcas registradas gaúchas de acordo com a natureza jurídica

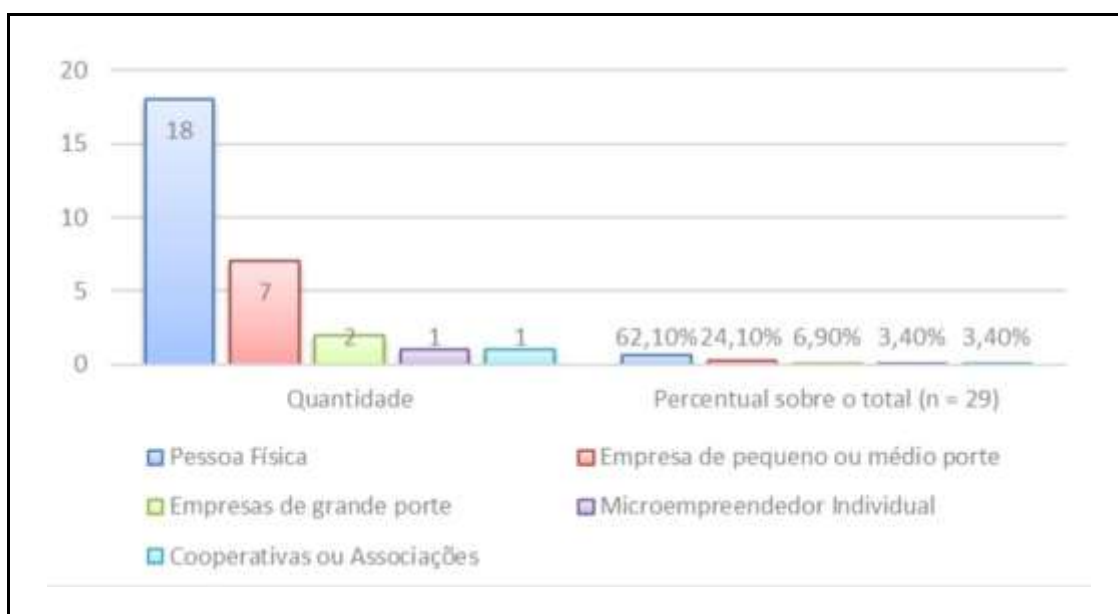
Perfil do Titular	Quantidade	Percentual sobre o total (n = 29)
Pessoa Física	18	62,10%
Empresa de pequeno ou médio porte	7	24,10%
Empresas de grande porte	2	6,90%
Microempreendedor Individual	1	3,40%
Cooperativas ou Associações	1	3,40%
Total	29	100%

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

A análise revela que a maioria das marcas registradas no estado é de titularidade de pessoas físicas (62,1%), sugerindo um predomínio de produtores individuais, possivelmente apicultores autônomos, empreendedores informais ou pequenos comerciantes do setor apícola.

A análise do perfil jurídico dos titulares dos registros de marca relacionados ao mel revelou uma predominância significativa de empresas privadas, especialmente micro e pequenas empresas (MPEs). Em segundo lugar, destacam-se os microempreendedores individuais (MEIs), seguidos por pessoas físicas e, em proporção muito menor, cooperativas e associações vinculadas à agricultura familiar.

Figura 3 - Perfil Jurídico dos titulares de registro de marca gaúchos



Esse resultado evidencia uma tendência de formalização concentrada em agentes com maior acesso à informação, recursos técnicos e orientação jurídica, o que pode excluir parte significativa dos produtores familiares da proteção formal de seus produtos no mercado. Segundo Ferraz et al. (2021), a marca é uma das ferramentas mais acessíveis de propriedade intelectual e representa um diferencial competitivo importante para pequenos empreendimentos agroindustriais. No entanto, sua apropriação ainda esbarra em desigualdades estruturais no acesso ao sistema de PI, como falta de conhecimento, custos envolvidos no registro e baixa presença de políticas de apoio técnico especializadas no meio rural.

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

A baixa adesão de cooperativas e organizações coletivas, identificada na análise dos registros, reforça a importância de políticas públicas de incentivo à marca coletiva e de programas de extensão universitária e tecnológica voltados à valorização INPI) que contêm o termo “mel” revela um perfil marcadamente concentrado em micro e pequenas empresas (MPEs), microempreendedores individuais (MEIs) e pessoas físicas. O número reduzido de registros feitos por cooperativas, associações comunitárias e entidades da agricultura familiar sugere um cenário de ativos intangíveis na agricultura familiar.

Esse padrão já foi apontado por estudos do SEBRAE (2022) e da Embrapa (2020), que indicam que, embora os empreendimentos da agricultura familiar representem cerca de 77% dos estabelecimentos rurais brasileiros, sua participação nos registros de propriedade intelectual é significativamente inferior à de empresas privadas e empreendimentos urbanos. Entre os principais fatores estão a falta de informação técnica, a percepção de complexidade dos processos de registro, e os custos envolvidos, mesmo quando subsidiados por políticas públicas.

Segundo o Manual de Marcas do INPI (2023), as marcas coletivas representam um instrumento estratégico para organizações coletivas como cooperativas e associações. Elas permitem que diferentes produtores utilizem um mesmo sinal distintivo, desde que vinculados por regras comuns e com origem controlada. Apesar disso, dados do próprio INPI mostram que apenas 1,1% dos registros ativos de marcas no Brasil são coletivos, sendo ainda mais escassos em setores rurais e em regiões fora dos grandes centros.

Estudos como o de Carvalho (2011) destacam que as marcas coletivas podem agregar valor a produtos territoriais, garantir rastreabilidade e fortalecer estratégias de acesso a mercados institucionais, como compras públicas no Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) ou no Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). Contudo, o êxito dessa estratégia depende de estruturação institucional, governança participativa e capacitação técnica, o que ainda é um desafio para muitas organizações comunitárias.

A ausência de maior protagonismo da agricultura familiar nos registros de marca também é refletida no Censo Agropecuário 2017, que aponta que 84% dos estabelecimentos familiares não realizam qualquer tipo de industrialização ou transformação da produção

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

agrícola, o que dificulta o desenvolvimento de marcas próprias ou coletivas. Além disso, 70% dos agricultores familiares não acessam mercados formais, o que enfraquece o incentivo à formalização por meio da propriedade intelectual (IBGE, 2017).

Estudo de Gusmão et al. (2021) com agroindústrias familiares no Sul do Brasil mostra que, quando há orientação técnica e apoio institucional, o uso de marcas pode ser uma importante ferramenta de valorização do território, organização coletiva e geração de renda. Programas de extensão rural e incubadoras sociais, quando integrados a políticas de inovação, têm sido essenciais para incluir esses empreendimentos no ecossistema formal de inovação e proteção de ativos intangíveis.

Portanto, o fortalecimento da interface entre agricultura familiar e propriedade intelectual demanda políticas públicas específicas, programas de extensão tecnológica e mecanismos de facilitação jurídica e econômica para os registros, especialmente em territórios onde predominam economias de base solidária, cooperativa ou comunitária.

4.3 Classificação dos Produtos Associados ao Mel

Com base nas especificações declaradas nos pedidos de registro, os produtos foram organizados em cinco categorias principais: alimentícios, cosméticos, terapêuticos, veterinários e outros. A maior parte dos registros corresponde à categoria alimentícia, incluindo mel *in natura*, doces, balas, bebidas à base de mel, barras energéticas e produtos funcionais. A segunda categoria mais presente é a de cosméticos naturais, com produtos como sabonetes, cremes, xampus e loções com base no mel, alinhados à tendência de consumo de produtos com apelo natural e sustentável.

Essa diversidade de aplicações revela o potencial do mel como matéria-prima versátil para inovação em diferentes setores industriais, especialmente aqueles voltados à alimentação saudável, cosmética verde e produtos terapêuticos naturais. Conforme Cunha e Bianchi (2017), a valorização de produtos agroalimentares com características territoriais, orgânicas e artesanais impulsiona a adoção de registros de marcas por empreendedores que atuam em nichos de mercado.

Embora menos representativa, a presença de produtos terapêuticos e veterinários reforça a possibilidade de desenvolvimento tecnológico associado ao mel, com potencial para articulações entre apicultores, instituições de pesquisa e arranjos produtivos locais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cadeia do mel no Rio Grande do Sul apresenta expressivo potencial de valorização a partir do uso estratégico dos instrumentos de propriedade intelectual. O registro de marcas, a busca por indicações geográficas e a possibilidade de inovação tecnológica com patenteamento podem fortalecer a identidade produtiva local, promover o desenvolvimento sustentável e ampliar o acesso dos produtores aos mercados nacional e internacional. A integração entre produtores, agentes técnicos e instituições de ensino é essencial para consolidar esse processo.

A análise demonstra que o mel, como ativo econômico e simbólico, está cada vez mais presente no campo da propriedade intelectual. O uso estratégico de marcas por produtores gaúchos reflete tanto o dinamismo do agronegócio quanto a valorização da agricultura familiar. Contudo, ainda se observa baixa adesão de cooperativas e pequenos produtores ao sistema de marcas, revelando a necessidade de políticas públicas de incentivo à formalização e registro, bem como à capacitação em gestão de ativos intangíveis. Nesse sentido, para além da Lei nº 14.639/2023, mostra-se necessária a criação e implementação de políticas públicas que promovam o acesso à informação, incentivem o registro de ativos intangíveis e apoiem a estruturação de cadeias produtivas como a do mel, especialmente diante de entraves como a burocracia dos processos, os custos envolvidos e a falta de assessoria técnica especializada.

No contexto do Rio Grande do Sul, a exploração das potencialidades do mel pode ser estratégica não apenas do ponto de vista econômico, mas também como instrumento de fortalecimento da economia rural local, da agricultura familiar e de processos de inovação social. O uso de marcas que comunicam esses atributos, inclusive por meio de registros coletivos ou indicações geográficas, amplia as possibilidades de agregação de valor e construção de diferenciação competitiva para os produtores, desde que acompanhado de apoio

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

técnico e políticas de desenvolvimento territorial que considerem a multifuncionalidade do mel e seus derivados.

Consolidar essa estratégia de valorização do mel por meio da propriedade intelectual exige, portanto, uma abordagem articulada entre agentes produtivos, capacitação em propriedade intelectual, e apoio a projetos de desenvolvimento territorial que considerem a multifuncionalidade do mel e seus derivados. Com isso, o perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul, pode ser cada vez mais inclusivo e homogêneo, aliando a inovação (por meio de grandes empresas) e a tradição (por meio da agricultura familiar).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. *Manual de Marcas*. Rio de Janeiro: INPI, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br>. Acesso em 20 de jul. 2025.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Boletim da Apicultura e Meliponicultura. Brasília: MAPA, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/apicultura>. Acesso em: 29 jul. 2025.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Programa Nacional de Meliponicultura – ProMel. Brasília: MAPA, 2021.

BRASIL. Lei nº 14.639, de 31 de julho de 2023. Institui a Política Nacional de Promoção da Qualidade dos Produtos Artesanais e estabelece os princípios e diretrizes para a promoção da qualidade e da valorização dos produtos artesanais brasileiros. *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, ed. extra, p. 1, 31 jul. 2023.

BUAINAIN, Antônio Márcio e BATALHA, Mario Otávio. A cadeia produtiva do mel no Brasil. Brasília: IPEA, 2006. (Texto para Discussão, n. 1207). Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=3046&Itemid=395. Acesso em: 26 jul. 2025.

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

CASTRO, G. A. P.; FERRAZ, D. C. Marcas e gestão de ativos intangíveis: uma abordagem jurídica. *Revista da ABPI*, n. 155, p. 25-35, 2020.

CUNHA, S. K.; BIANCHI, C. Propriedade intelectual na cadeia apícola: estudo de caso com produtores do sul do Brasil. *Revista Gestão & Tecnologia*, v. 17, n. 1, 2017.

FARGS- Federação Apícola e de Meliponicultura do Rio Grande do Sul

FERRAZ, L. M. P. et al. As marcas como instrumento de agregação de valor ao produto do agricultor familiar. *Revista Extensão Rural, UFSM*, n. 27, 2021.

GUSMÃO, A. R. L. et al. Propriedade intelectual e agricultura familiar: análise do uso de marcas por agroindústrias do sul do Brasil. *Revista Extensão Rural, UFSM*, n. 28, p. 52-73, 2021.

IBGE. *Produção da Pecuária Municipal 2022*. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2023.

LIMA NETO, Inácio Alves de. Apiários do Brasil – um levantamento bibliográfico através do atlas da apicultura brasileira. *Brazilian Journal of Production Engineering*, São Mateus, Espírito Santo, Brazil, v. 11, n. 2, p. 01-09, 2025. DOI: 10.47456/bjpe.v11i2.47557.

Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/bjpe/article/view/47557>. Acesso em: 31 jul. 2025.

MARTINS, M. F. et al. Apicultura e desenvolvimento rural: uma abordagem territorial. *Revista Extensão Rural, Santa Maria*, n. 30, p. 45-66, jan./jun. 2022.

MEDEIROS, G. H. Propriedade Intelectual e Inovação no Agronegócio Brasileiro. *Revista Brasileira de Inovação*, v. 14, n. 1, 2015.

MORETI, A. C. de C. C. et al. Mel brasileiro: composição e legislação. *Boletim do Centro de Pesquisa de Processamento de Alimentos, Curitiba*, v. 25, n. 1, p. 59-68, 2007.

OLIVEIRA, A. A. de; SANTOS, F. A. dos. A indicação geográfica do mel no Brasil: potencialidades e desafios. *Revista Brasileira de Direito Agrário*, v. 5, n. 2, p. 134-151, 2020.

PILATTI, L. A.; LIMA, G. M. A marca como estratégia de valorização de produtos agroalimentares locais. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 15, n. 2, p. 151-162, 2020.

RIOS, R. D.; SOUZA, A. C. A apicultura no contexto da agricultura familiar no Rio Grande do Sul. *Estudos Socioeconômicos Rurais*, v. 5, n. 1, p. 45-61, 2022.

SILVA, L. M. da; OLIVEIRA, A. P. Tendências de consumo e inovação em produtos naturais: o caso do mel e seus derivados. *Cadernos de Prospecção*, Salvador, v. 11, n. 1, p. 157-170, jan./abr. 2018. Disponível em:

Perfil dos titulares de marcas de mel no Rio Grande do Sul: uma análise com base nos registros do INPI

<https://revistas.uneb.br/index.php/cadernosdeprospeccao/article/view/5007>. Acesso em: 1 ago. 2025.

SCHROEDER, V. C.; COSTA, F. S. Apicultura familiar no Rio Grande do Sul: interfaces entre produção, território e conservação ambiental. *Cadernos de Agroecologia*, v. 16, n. 1, 2021. Disponível em: <https://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/23550>. Acesso em: 29 jul. 2025.

SEBRAE. Boletim de Tendências: a produção de mel no Brasil – 14 a 16 de maio de 2024. Brasília: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2024. Disponível em: <https://polosebraeagro.sebrae.com.br>. Acesso em: 26 jul. 2025.

SEBRAE. A Apicultura como oportunidade de negócios para a agricultura familiar. Brasília: SEBRAE, 2022. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/apicultura>. Acesso em: 29 jul. 2025.

SILVA, L. A. da; ALMEIDA-MURADIAN, L. B. de. Composição do mel: aspectos nutricionais e funcionais. *Revista do Instituto Adolfo Lutz, São Paulo*, v. 65, n. 2, p. 1-9, 2006.

SOUZA, B. A. et al. A cadeia produtiva do mel no Brasil: desafios e oportunidades. *Revista de Economia e Sociologia Rural, Brasília*, v. 61, n. 3, p. 687-702, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2023.248009>.

SOUZA, B. A. et al. *Guia Técnico de Apicultura*. Brasília: Embrapa, 2013.

WOLFF, Luis Fernando. *Sistema de produção de mel para a região sul do Rio Grande do Sul*. EMBRAPA. 2018.