

A marca coletiva como estratégia de fortalecimento do ecossistema caiçara de empreendedorismo e inovação no litoral do Paraná

Leticia Lopes¹; Giovanna Eberle Biscotto²; Lara Brunelle Almeida Freitas³

GT: 5 - Desenvolvimento Territorial, Transição Agroecológica e Alimentos

Resumo

O projeto Apoio ao Desenvolvimento de Pesquisas e Cadeias de Valor da Agrossociobiodiversidade - Criação das Bases de uma Marca Coletiva, conhecido como “Nossas Marcas” objetiva construir, de forma participativa, as bases para a criação de uma marca coletiva regional que valorize os produtos dos municípios de Antonina, Guaraqueçaba e Morretes, no litoral paranaense. Busca-se fortalecer o ecossistema empreendedor e de inovação para estímulo ao desenvolvimento territorial sustentável, por meio da articulação com iniciativas de turismo comunitário, práticas agroecológicas e valorização da identidade local. Sua importância reside na necessidade de ampliar o acesso aos mercados por pequenos empreendedores e produtores locais, agregando valor às cadeias produtivas e fomentando a economia solidária por meio de estratégias colaborativas e inovadoras de certificação territorial. A metodologia é de caráter qualitativo e exploratório, baseada em pesquisa de campo, entrevistas semi-estruturadas e análise documental de relatórios e materiais institucionais. Os resultados revelam realidades distintas entre os municípios. Antonina e Morretes apresentam maior grau de organização coletiva, enquanto Guaraqueçaba enfrenta maiores barreiras estruturais e isolamento produtivo. No geral, há interesse significativo na adesão à marca coletiva e necessidade de qualificação, conforme identificação de gargalos comuns, como carência de articulação e formalização, dificuldades de acesso aos mercados, em gestão, marketing e comercialização de produtos e serviços. Conclui-se que a iniciativa “Nossas Marcas” representa um avanço relevante na construção de alternativas sustentáveis de desenvolvimento territorial, ancoradas na cooperação, valorização da agrossociobiodiversidade e no protagonismo das comunidades locais, importante pilar para a consolidação de ecossistemas de inovação com base territorial.

Palavras-chave: Desenvolvimento Territorial; Marca Coletiva; Litoral do Paraná.

¹ Bacharela em Gestão e Empreendedorismo; Universidade Federal do Paraná; Paranaguá, Paraná, Brasil. E-mail: lopesle31@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9122-3730>

² Discente em Gestão e Empreendedorismo; Universidade Federal do Paraná. Matinhos, Paraná, Brasil. E-mail: eberlebiscotto@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3431-4150>

³ Doutora em Desenvolvimento Regional e Agronegócios pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná; Professora no Curso de Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná; Matinhos, Paraná, Brasil. E-mail: brunellylara@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2203-1698>

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento territorial em regiões com predominância de agricultura familiar em unidades de conservação exige abordagens integradas que combinem inclusão produtiva, sustentabilidade ambiental e valorização sociocultural (Freitas; Lima, 2021). No litoral paranaense, os municípios de Antonina, Guaraqueçaba e Morretes apresentam um contexto caracterizado pelo bioma da Mata Atlântica, população dispersa em áreas rurais e práticas produtivas marcadas pela informalidade e baixa escala de formalização. Esses fatores dificultam o acesso aos mercados e limitam o potencial de geração de renda local (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social, 2024).

Nesse cenário, o Projeto “Apoio ao Desenvolvimento de Pesquisas e Cadeias de Valor da Agrosociobiodiversidade – Criação das Bases de uma Marca Coletiva Regional”, conhecido como “Nossas Marcas”, busca desenvolver participativamente, as bases de uma marca coletiva regional (UFPR, 2024). Para tanto é fundamental identificar as bases organizacionais, produtivas e institucionais que a viabilizem, promovendo articulação entre produtores, universidades e órgãos de assistência técnica.

A problemática que orienta este estudo reside na dificuldade de articulação coletiva entre pequenos produtores do litoral paranaense, agravada por barreiras logísticas, limitações de infraestrutura e baixa formalização das atividades. Parte-se do pressuposto de que mapear essas realidades locais e fomentar redes colaborativas poderá criar condições para estratégias coletivas de introdução às práticas de inovação social e de comercialização e fortalecimento territorial, por meio da criação de uma marca coletiva regional.

Assim, o objetivo geral deste artigo é identificar as condições socioprodutivas dos municípios de Antonina, Guaraqueçaba e Morretes, apontando limitações e oportunidades para a construção das bases necessárias à viabilização de uma marca coletiva. Para isso, adota-se uma abordagem qualitativa e exploratória, baseada em pesquisa de campo realizada entre março e junho de 2025, com observações diretas e entrevistas semiestruturadas que geraram dados preliminares para subsidiar diagnósticos e proposições estratégicas.

A perspectiva adotada reconhece e valoriza a construção participativa do desenvolvimento territorial, articulando o conhecimento acadêmico e os saberes locais

para fortalecer estratégias de inclusão produtiva, sustentabilidade ambiental e geração de renda em territórios rurais (FAO, 2019; Ramos; Huinka; Turnes, 2024).

Essa abordagem está alinhada à experiências bem-sucedidas em outros territórios, como o caso de marcas coletivas implementadas no Estado de Santa Catarina, onde 32 sinais distintivos estão registrados e ativos. Muitas delas em municípios pequenos, distantes de centros urbanos e com desafios semelhantes (Ramos; Huinka; Turnes, 2024). Nesse caso, a marca coletiva tem permitido organizar produtores em torno de uma identidade comum, ampliando o acesso a mercados, agregando valor e fortalecendo laços comunitários. Esses exemplos demonstram que o êxito de tais estratégias depende não somente de registrar a marca, mas de consolidar redes de cooperação, ações de instrumentalização e suporte técnico e logístico.

Salienta-se que a marca coletiva, nesse contexto, é compreendida como uma estratégia de inovação social, ao propor soluções colaborativas para desafios complexos. Conforme afirmam Grisa e Schneider (2015), inovações sociais consistem em processos coletivos que buscam reconfigurar práticas, relações e instituições, criando novas formas de organização social e produtiva capazes de ampliar a inclusão, fortalecer a cooperação e melhorar as condições de vida em territórios rurais.

Diante desse panorama, a presente pesquisa se justifica pela necessidade de mapear as condições socioprodutivas e organizacionais dos municípios envolvidos, identificando desafios e oportunidades para a construção das bases de uma marca coletiva. Trata-se de auxiliar em estratégias que articulem saberes locais, instrumentação técnica e apoio institucional, de modo a promover o fortalecimento do ecossistema empreendedor regional, aumentar o valor agregado dos produtos locais e fomentar o desenvolvimento territorial de forma inclusiva e sustentável.

2 METODOLOGIA

A metodologia deste estudo foi construída de forma exploratória e qualitativa, articulando etapas de levantamento de dados em campo, análise documental de materiais institucionais e sistematização interpretativa com base em categorias pré-definidas: organização produtiva, logística e escoamento, práticas comerciais, estrutura institucional e potencialidades culturais e turísticas. A pesquisa de campo na primeira fase do projeto ocorreu entre março e junho de 2025, envolvendo rodas de conversas dialogadas com

As entrevistas seguiram roteiros semiestruturados, permitindo a adaptação às falas dos interlocutores e o aprofundamento de temas emergentes a partir das narrativas apresentadas. Os dados coletados foram organizados por município e eixo temático (produção agrícola ou turismo), conforme diretrizes metodológicas de Bardin (2011), visando identificar padrões, contrastes interterritoriais e demandas prioritárias de suporte técnico para estruturação de uma propositura de marca coletiva.

Essa abordagem foi complementada por uma leitura crítica de relatórios institucionais produzidos pelos partícipes Unespar, UFPR e Invest Paraná, além de estudos acadêmicos que discutem o desenvolvimento territorial sustentável e o fortalecimento de redes produtivas locais (FAO, 2019). Ao final, a sistematização gerou um diagnóstico preliminar, que deverá orientar futuras fases do projeto, especialmente no desenho de ações de mentorias, articulação institucional e construção participativa das bases para uma marca coletiva. Este procedimento se alinha à concepção de que a pesquisa de campo com enfoque qualitativo possibilita captar a complexidade dos fenômenos sociais em seus contextos reais, garantindo a escuta ativa dos sujeitos envolvidos (MINAYO, 2022).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante caracterização do panorama institucional local, realizou-se o levantamento preliminar de associações e cooperativas atuantes nos municípios de Antonina, Guaraqueçaba e Morretes. O quadro abaixo (Quadro 1) sintetiza as entidades identificadas, desta forma permitindo observar o grau de organização coletiva e o potencial para estratégias de marca coletiva.

Quadro 1 - Associações e Cooperativas ativas segundo levantamento em campo

Município	Nome da Entidade
Antonina	Associação de Defesa do Meio Ambiente e do Desenvolvimento de Antonina (ADEMADAN)
Antonina	Associação dos Produtores Rurais de Antonina (ASPRAN)
Antonina	Cooperativa de Processamento Alimentar

	e Agricultura Familiar Solidária (COOPER CACHOEIRA)
Antonina	Associação de Pequenos Produtores Rurais para a Sustentabilidade da Mata Atlântica
Guaraqueçaba	Associação de Moradores da Vila da Ilha das Peças (AMVIP)
Guaraqueçaba	Associação de Moradores de Bertiooga
Guaraqueçaba	Associação dos Pequenos Produtores de Pedra Chata
Guaraqueçaba	Associação de Moradores e Pequenos Produtores do Acungui (AMPPA)
Morretes	Associação de Moradores do Rio Sagrado (AMORISA)
Morretes	Associação de Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Empreendedores Individuais (AMPEC)
Morretes	Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR)
Morretes	Associação de Moradores e Comunidades do Porto de Cima
Morretes	Associação de Moradores Jardim das Palmeiras
Morretes	Cooperativa dos Produtores Agroecológicos da Serra do Mar e do Litoral do Paraná (COLIPA)

Fonte: resultados da pesquisa in loco (2025).

Observa-se a fragmentação das cadeias produtivas, com produtores atuando isoladamente e enfrentando gargalos logísticos, ausência de rotulagem padronizada e dificuldades para atender a exigências legais e sanitárias. Tais desafios restringem a competitividade e tornam os agricultores familiares dependentes de atravessadores. Ainda assim, o território apresenta ativos importantes, como práticas tradicionais de cultivo de banana, pupunha e mandioca, além de crescente interesse pelo turismo sustentável e de base comunitária, indicando potencial para estratégias de valorização territorial.

As visitas realizadas no período de março a junho de 2025 possibilitaram a coleta de dados preliminares sobre o perfil dos empreendedores locais, suas produções, expectativas e principais obstáculos enfrentados nos municípios de Antonina, Guaraqueçaba e Morretes. Embora cada um desses municípios manifeste características próprias, alguns desafios se repetem, como dificuldades de escoamento, logística limitada e necessidade de acesso aos mercados e de formalização dos negócios.

Em Antonina e Morretes, observou-se um grau maior de organização coletiva, com cooperativas e associações já atuantes no beneficiamento e comercialização de produtos agroecológicos (Figura 2). Essa estrutura favorece iniciativas conjuntas como estratégias de marketing e participação em editais públicos, ainda que persistam lacunas em rotulagem, precificação e acesso a mercados mais segmentados é uma oportunidade de suporte técnico. A literatura demonstra que as organizações coletivas podem melhorar significativamente a inserção dos agricultores familiares em mercados institucionais e diferenciados, fortalecendo redes locais de cooperação e promovendo maior estabilidade de renda (GRISA; SCHNEIDER, 2015).

Figura 2 – Saídas de Campo para Antonina



Fonte: retirada pelos autores (2025).

Em Guaraqueçaba, por outro lado, predominam produtores familiares com atuação mais individualizada, que enfrentam limitações logísticas mais severas e dificuldades para estruturar escoamento regular. O isolamento geográfico e a ausência de infraestrutura de comunicação adequada agravam essas barreiras, limitando o acesso a serviços, mercados e tecnologias. Durante as visitas, muitos produtores demonstraram disposição para colaborar em ações de fortalecimento coletivo, reconhecendo que uma futura marca regional poderia facilitar o reconhecimento de seus produtos e melhorar a renda local. Contudo, relataram a necessidade de formações práticas, especialmente em gestão, marketing digital e atendimento a requisitos legais e sanitários.

Um aspecto relevante foi a valorização dos saberes locais, das práticas tradicionais e das narrativas das identidades, que configuram uma inovação social de base territorial, capaz de diferenciar os produtos no mercado e fortalecer o vínculo comunitário. Observou-se que a produção de banana, pupunha, juçara, mandioca e seus processados envolvem técnicas transmitidas entre gerações, como o manejo agroecológico sem uso intensivo de insumos químicos, a colheita seletiva e o beneficiamento artesanal. Essas práticas, ao mesmo tempo que conservam os recursos naturais, constituem um patrimônio cultural que pode ser mobilizado para construir narrativas em torno de uma marca coletiva, agregando valor aos produtos regionais e reforçando a identidade local.

Ramos, Huinka e Turnes (2024) analisaram experiências bem sucedidas em Santa Catarina, demonstrando que o fortalecimento de marcas coletivas se ancora não apenas em estratégias de mercado, mas baseia-se em redes de confiança e valorização cultural, criando um ciclo de inclusão produtiva.

Outro ponto importante envolve a infraestrutura de comunicação e transporte, conforme indicadores do Quadro 2, especialmente em Guaraqueçaba, onde o sinal de celular e o acesso à internet ainda são limitados em diversas comunidades. Essa condição impacta diretamente a adoção de estratégias digitais de venda, a organização de grupos de compra e a articulação com novos mercados. O transporte precário eleva custos logísticos, dificultando o escoamento de produtos perecíveis como a banana e a pupunha.

Quadro 2 – Caracterização dos desafios e oportunidades de Antonina, Guaraqueçaba e Morretes

Município	Potencialidades Identificadas	Principais Desafios	Demandas Prioritárias
Antonina	Produção agroecológica, turismo cultural	Dificuldades com Rotulagem, marketing, escoamento	Instrumentalização em gestão e comercialização
Morretes	Gastronomia típica, agroecologia, feiras locais	Necessidade de apoio à formalização e acesso a crédito	Fortalecimento de redes de venda e marketing
Guaraqueçaba	Agricultura familiar, turismo comunitário	Isolamento logístico, fragilidades na articulação comunitária	Fomento à organização coletiva e planejamento estratégico territorial

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

Além disso, a literatura aponta que as organizações coletivas são fundamentais para reduzir a vulnerabilidade dos agricultores familiares frente às oscilações do mercado e às pressões de atravessadores, permitindo maior previsibilidade na comercialização e melhores condições de negociação (GRISA; SCHNEIDER, 2015). Esse processo também cria oportunidades para investimentos conjuntos em infraestrutura, transporte, elementos essenciais para superar desafios estruturais típicos de regiões com baixa densidade populacional e infraestrutura deficiente como é possível verificar através da divulgação de um serviço abordado em Guaraqueçaba (Figura 3).

Figura 3 – Estrutura de Agroindústria no Rio Verde



Fonte: retirada pelos autores (2025).

Outro aspecto relevante é o papel das políticas públicas na viabilização de estratégias coletivas, ao oferecer incentivos, linhas de crédito específicas e apoio técnico para associações e cooperativas (GRISA; SCHNEIDER, 2015). Esses instrumentos podem ser decisivos para transformar a disposição dos produtores em ações concretas, criando um ambiente favorável para o planejamento participativo e o fortalecimento de cadeias produtivas locais de forma sustentável e inclusiva.

Em síntese, os dados preliminares indicam que a construção das bases para uma marca coletiva na região precisa considerar as condições específicas de cada município. Em Antonina e Morretes, há potencial para consolidar estratégias de marca a partir de experiências já existentes em cooperativismo e agroecologia. Em Guaraqueçaba, será necessário investir em processos de sensibilização, organização comunitária e soluções logísticas específicas, além de recursos institucionais. Essas informações servem como subsídio para o planejamento de ações futuras no contexto do projeto, indicando a importância da articulação entre saberes locais, auxílio técnico e institucional para apoiar o desenvolvimento sustentável de forma inclusiva e contextualizada através desses atores.

5 CONCLUSÃO

Os dados preliminares obtidos nas visitas de campo realizadas entre fevereiro e junho de 2025, no âmbito do eixo de gestão e design do projeto “Apoio ao Desenvolvimento de Pesquisas e Cadeias de Valor da Agrosociobiodiversidade – Criação das Bases de uma Marca Coletiva Regional”, evidenciam um ecossistema empreendedor em processo de consolidação nos municípios de Antonina, Morretes e Guaraqueçaba. Apesar de desafios estruturais significativos, como dificuldades logísticas, baixo acesso a serviços de comunicação e carências de infraestrutura, a região apresenta oportunidades concretas de desenvolvimento sustentável baseadas na agricultura familiar, no turismo de base comunitária e na valorização de produtos e saberes tradicionais.

Os resultados apontam diferenças importantes entre os municípios. Antonina e Morretes demonstraram maior grau de organização coletiva e experiências prévias em cooperativismo, enquanto Guaraqueçaba evidenciou necessidade de estímulos para formação de associações e estratégias de comercialização conjunta. Em todos os casos, os produtores e empreendedores se mostraram receptivos à proposta de construção de bases para uma marca coletiva, reconhecendo o potencial dessa estratégia para agregar valor aos produtos locais, facilitar o acesso a novos mercados e fortalecer a identidade territorial.

A consolidação de uma marca coletiva regional não se limita à criação de um selo ou logotipo. Ela demanda ações articuladas de subsídio técnico, melhoria da infraestrutura logística, fortalecimento institucional e fomento a redes de colaboração. Também requer o respeito às especificidades de cada município e o engajamento efetivo dos produtores e comunidades locais no planejamento e na gestão das iniciativas.

É importante ressaltar que, para o projeto apresentar resultados duradouros, será essencial garantir um acompanhamento constante, além das demandas do projeto, e a capacidade de ajustar as estratégias conforme as mudanças que possam surgir, tanto no cenário econômico quanto no ambiental. A criação da marca coletiva deve ser vista como um processo em evolução, capaz de se adaptar aos desafios e às novas demandas do mercado, sem perder a essência do local e das produções. Isso significa que a construção dessa identidade não é um ponto de chegada, mas sim um caminho contínuo e longo, no qual o fortalecimento das redes de colaboração e a melhoria da qualidade de vida das comunidades serão sempre o foco.

É desta forma que com base nos dados preliminares coletados, conclui-se que o fortalecimento do ecossistema empreendedor na região litorânea do Paraná depende da

construção participativa dessas bases. Somente assim será possível viabilizar uma estratégia de desenvolvimento que combine geração de renda, inclusão social e conservação ambiental, potencializando as vocações regionais locais e ampliando a autonomia produtiva das comunidades envolvidas.

Referências

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica – PNAPO. Brasília, 2020.

FREITAS, Lara Brunelle Almeida; LIMA, Jandir Ferrera de. Centrality and Development in the Differentiated Mesoregion of Ribeira Valley/Guaraqueçaba. Mercator (Fortaleza), v. 20, p. e20030, 2021.

FAO. Diretrizes voluntárias para sistemas alimentares e nutrição. Roma: Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura, 2019. Disponível em: <https://www.fao.org/3/ca5642pt/ca5642pt.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2025.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. *Caderno Estatístico do Município de Antonina*. Curitiba: IPARDES, 2022. Disponível em: http://www.ipardes.pr.gov.br/sites/ipardes/arquivos_restritos/files/documento/2023-01/caderno_antonina_2022.pdf. Acesso em: 10 jul. 2025.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. *Caderno Estatístico do Município de Guaraqueçaba*. Curitiba: IPARDES, 2022. Disponível em: http://www.ipardes.pr.gov.br/sites/ipardes/arquivos_restritos/files/documento/2023-01/caderno_guaraquecaba_2022.pdf. Acesso em: 10 jul. 2025.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. *Caderno Estatístico do Município de Morretes*. Curitiba: IPARDES, 2022. Disponível em: http://www.ipardes.pr.gov.br/sites/ipardes/arquivos_restritos/files/documento/2023-01/caderno_morretes_2022.pdf. Acesso em: 10 jul. 2025.

GRISA, Cátia; SCHNEIDER, Sergio. Políticas públicas e agricultura familiar no Brasil: produção, mercados e alimentos. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2015.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 40. ed. Petrópolis: Vozes, 2022.

UFPR. Relatório do Projeto de Extensão “Apoio ao Desenvolvimento de Pesquisas e Cadeias de Valor da Agrosociobiodiversidade — Criação das Bases de uma Marca Coletiva Regional”. Coordenadora: Beatriz Cabral. Matinhos: Universidade Federal do Paraná, 2024. Projeto de extensão da PROEC. Disponível em: <https://siga.ufpr.br/portal/>. Acesso em 20 Jun. 2025.

RAMOS, José Pedro; HUINKA, Rosângela; TURNES, Marcos. Marcas coletivas como ferramenta de desenvolvimento regional: reflexões a partir de experiências catarinenses. *Revista Catarinense de Economia*, v. 6, n. 11, p. 131-150, 2024. Disponível em: <https://www.apec.org.br/rce/index.php/rce/article/view/141>. Acesso em: 10 jul. 2025.