**ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO DA AGROINDÚSTRIA FAMILIAR NA SERRA CATARINENSE: ESTUDO SOBRE O PLANEJAMENTO E OS DESAFIOS DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO[[1]](#footnote-1)**

Caroline Marie Hodel Almeida; UDESC; crlhodel@gmail.com

Valério Alécio Turnes; UDESC; valerio.turnes@udesc.br

Ivoneti da Silva Ramos; UDESC; ivoneti.ramos@udesc.br

Área Temática 8: Desenvolvimento Rural e Agricultura Familiar

RESUMO

Este estudo concentra-se na análise do Programa Sabor Serrano, uma iniciativa voltada ao apoio de produtores da agroindústria familiar na região da Serra Catarinense, composta por 18 municípios. A pesquisa foi conduzida por meio de levantamento bibliográfico e visitas de campo, envolvendo a instituição gestora do programa e produtores vinculados, tanto atuais quanto antigos. O principal objetivo da investigação é verificar a existência de um planejamento estratégico para as ações do Programa, bem como propor estratégias para o fortalecimento de marcas coletivas em Santa Catarina. O artigo discute os conceitos de políticas públicas, governança territorial e desenvolvimento territorial sustentável, com ênfase nos signos distintivos, especialmente na marca coletiva. Ademais, examina-se a estruturação estratégica da Sabor Serrano, mapeando e sistematizando suas ações a fim de promover uma avaliação crítica e identificar caminhos para sua consolidação e expansão. Constatou-se um esforço cooperativo entre diversos atores dos setores público e privado, com uma embrionária governança territorial. Embora a ausência de um plano estratégico tenha impedido sua análise detalhada, foi possível verificar a existência de ações concretas, como a emissão de rótulos, a produção de placas de divulgação e a oferta de suporte técnico para adequações estruturais. Além disso, os produtores que optaram por desenvolver marcas próprias ainda reconhecem o papel da Sabor Serrano na ampliação de sua inserção no mercado. A estratégia da marca coletiva Sabor Serrano pode servir de modelo para outras regiões interessadas na implementação de estratégias similares de valorização da identidade territorial e desenvolvimento territorial sustentável. Estudos futuros podem aprofundar a caracterização da governança territorial em torno da marca coletiva Sabor Serrano.

**Palavras-chave**: desenvolvimento territorial sustentável; governança territorial; políticas públicas; signos distintivos; marcas coletivas.

**1 INTRODUÇÃO**

O desenvolvimento territorial sustentável tem se consolidado como uma estratégia essencial para impulsionar o crescimento econômico local, preservar a identidade cultural e melhorar a qualidade de vida das comunidades. A Serra Catarinense, caracterizada por sua vegetação nativa exuberante e um clima marcado por longos períodos de frio, desempenha um papel determinante na conformação do modo de vida regional e na especificidade dos produtos e serviços ali desenvolvidos. Esses elementos, em conjunto com fatores territoriais, integram a Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST)[[2]](#footnote-2) (Cazella et al., 2020).

No contexto dessa abordagem, destacam-se os signos distintivos, como as Denominações de Origem, as Indicações Geográficas e as Marcas Coletivas, sendo esta última o foco principal deste estudo.

Marcas Coletivas mostram ao consumidor que um determinado produto ou serviço por ela identificado advém de um coletivo, a exemplo de uma associação ou cooperativa (MAPA, 2023). A marca coletiva Sabor Serrano, Programa desenvolvido pelo Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense com o objetivo de agregar e apoiar os produtores de agroindústria familiar da região da Serra Catarinense, enfrenta desafios significativos em sua consolidação e reconhecimento. Para entender e superar esses desafios, é crucial analisar as estratégias de governança territorial que têm sido adotadas, bem como identificar novas abordagens que possam fortalecer a marca.

De acordo com Dallabrida (2003), a governança territorial refere-se a um processo de gestão participativa e integrada, que envolve diferentes atores locais na elaboração e implementação de políticas e ações voltadas para o desenvolvimento do território. No contexto da Sabor Serrano, com base nas pesquisas bibliográficas e visita de campo realizadas, percebe-se que a governança territorial pode ter efeito significativo em coordenar os esforços de produtores, da comunidade e das instituições públicas e privadas, garantindo que as ações estejam alinhadas com os objetivos de desenvolvimento sustentável da região.

Este estudo tem como objetivo principal analisar as estratégias de planejamento associadas à marca Sabor Serrano e identificar possibilidades de aprimoramento para seu fortalecimento. Para isso, por meio de um estudo de caso, serão examinadas as ações já implementadas, mapeados os principais desafios e propostas soluções para superá-los. A pesquisa adota uma abordagem bibliográfica aliada a visitas de campo, nas quais foram conduzidas entrevistas com representantes da organização gestora da marca e produtores locais.

A justificativa para este estudo reside na necessidade de identificar falhas e oportunidades no planejamento estratégico da Sabor Serrano, propondo soluções que promovam um desenvolvimento mais inclusivo e sustentável e que poderá servir de referência para outros programas de marcas coletivas.

Em síntese, este trabalho pretende oferecer uma contribuição para o entendimento e a prática da governança territorial, destacando o papel das marcas coletivas no desenvolvimento territorial e proporcionando *insights* valiosos para a formulação de políticas públicas, a partir da marca coletiva Sabor Serrano da Serra Catarinense.

**2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Ao longo da história, a humanidade tem buscado incessantemente soluções para os desafios que surgem em sua trajetória. A descoberta da agricultura, por exemplo, possibilitou a fixação das primeiras comunidades no campo, enquanto o domínio do fogo atendeu às necessidades de calor e segurança. Com o avanço das sociedades, novos desafios emergiram, demandando abordagens inovadoras para sua resolução. Vale destacar que tais desafios não se restringem a indivíduos isolados, mas impactam coletivamente as comunidades, exigindo respostas coordenadas e estruturadas.

À medida que a humanidade progredia, as pessoas passaram a se organizar em grupos sociais, culminando no desenvolvimento de sociedades complexas e, posteriormente, na formação de Estados. Com a evolução dessas entidades políticas, os líderes passaram a ser eleitos pelo consentimento da sociedade. Ao longo do tempo, as decisões tomadas por esses representantes da comunidade ganharam o título de 'políticas públicas'.

Esta seção abordará a fundamentação teórica deste estudo de caso, discorrendo sobre os principais temas envolvidos: políticas públicas, governança territorial e desenvolvimento territorial sustentável; apresentando os principais conceitos e autores relevantes, trazendo o estado da arte mais recente. Também trará um estudo de caso sobre a marca coletiva Sabor Serrano, visando compreender a governança territorial e as ações estratégicas em torno da marca e de que forma podem contribuir para a elaboração de políticas públicas de modo a fomentar a criação e crescimento de marcas coletivas no Brasil.

2.1. Políticas Públicas

De acordo com Secchi (2013), política pública é um caminho desenhado para solucionar um problema público, faz uma metáfora onde o problema público está para a doença assim como a política pública está para o remédio. Portanto, a política pública seria uma forma de confrontar o problema público, buscando redução ou até mesmo a extinção deste (Secchi, 2016). Boneti (2006) traz que atualmente é possível compreender as políticas públicas como ações que correspondam à realidade social, e que percorrem o âmbito estatal para definição de qual tipo de intervenção necessária dentro do contexto apresentado. As políticas públicas têm papel importante na sociedade, pois buscam soluções para diversas áreas, como Educação, Saúde, Segurança Pública e demais setores que atendem à população, e são executadas através de leis, programas, campanhas, decisões judiciais e etc. (Secchi, 2016). Seus estudos dividem-se entre descritivos e prescritivos, sendo que o descritivo objetiva a construção de teorias, através de descrição e explicação e de que forma atores e instituições atuam. Já a prescritiva caminha pela intervenção, orientação e recomendação, com finalidade de mediação na realidade social e é baseada em valores como resiliência, eficiência e etc, seu objetivo é a melhoria da política pública (Secchi, 2016).

Freitas et al. (2012) a partir da década de 1990, as políticas públicas passaram por novas configurações, com a criação de instrumentos de grande importância na área financeira e na administração, onde surgiram os fóruns e controle social. Os autores ainda fazem um breve comparativo entre o governos Fernando Henrique Cardoso e Lula, onde o primeiro buscou se antecipar à necessidades do país de modo a buscar facilitar o desenvolvimento econômico e teve um Plano Plurianual com eixos voltados ao desenvolvimento e estabilização da economia; enquanto o segundo incorporou maior importância na políticas sociais e de território, direcionadas ao combate da pobreza e buscando reverter a inércia no desenvolvimento de regiões economicamente vulneráveis.

2.2 Governança Territorial

O conceito de Governança surge na década de 1930, com Ronald Coase, a partir dos diagnósticos empresariais que começaram a tomar forma, ganhando cada vez mais destaque no decorrer dos anos, à medida que o mundo empresarial vai ganhando espaço, e vão surgindo diferentes tipos de governança. Ao abordar a prática de governança territorial, esta é resultado das relações de poder efetivadas por diversos atores nas redes de poder, com uma reafirmação da existência de uma urgência da construção de um novo bloco socioterritorial que tenha a capacidade de traçar novas direções para desenvolver territórios e regiões. A governança territorial vista como o exercício de poder e autoridade por parte dos cidadãos ou grupos da sociedade que sejam devidamente articulados em suas organizações objetiva um diagnóstico da realidade atual, delineando as prioridades, determinando as ações e formas de implementação, apontando desta forma onde e quando recursos humanos e financeiros serão aplicados, buscando dinamizar as potencialidades e superar desafios, almejando do desenvolvimento de um território ou região (Dallabrida, 2003).

Neste trabalho, o enfoque se dará na Governança Territorial. Segundo Pires et al. (2011), a Governança Territorial (GT) e a Governança Política (GP) caminham bem próximas, sendo a GT uma forma de GP. Para os autores, a GT define-se ainda como um processo institucional-organizacional que fundamenta a estruturação de estratégias na compatibilização dos diversos modos de administrar e orientar atores que estão geograficamente contíguos e busca vantagens que garantam o desenvolvimento e maximização das economias locais, promovendo bem-estar social. Tem surgimento na França na década de 1990, redefinindo as ações coletivas entre redes de atores. Para Dallabrida (2003), GT surge como sendo o desempenho de diversos atores em instituições e organizações da sociedade civil, dentro de redes que podem ser construídas a partir do momento em que existe um interesse. Fóruns, Conselhos de Desenvolvimento, agências de desenvolvimento são exemplos dados pelo autor de modelos e práticas desenhados pela GT.

2.3 Desenvolvimento Territorial Sustentável

A busca por desenvolvimento é algo que perpassa os séculos. Conforme Heidemann

(2014), a busca por progresso era essencialmente atrelada à economia e ao mercado, inspirada na economia política. Com o liberalismo no decorrer do século XIX, o Estado mínimo dava maior espaço ao setor privado, sem leis e regulações que causassem entraves à atuação. Porém, no decorrer do tempo, ainda de acordo com Heidemann, a liberdade excessiva tornou a situação insustentável, tendo como barreiras o confronto com problemas que só poderiam ser resolvidos com ação pública. Heidemann (2014) ainda aponta que no Brasil, até quase metade do século XX, não se utilizava o conceito de desenvolvimento que existe hoje. Nas décadas posteriores, houve a classificação dos países entre desenvolvidos, em desenvolvimento e subdesenvolvidos, onde o nível de industrialização era confundido muitas vezes com o desenvolvimento da região. Naquela época, desenvolver um país significava ter uma economia de mercado que buscasse trazer a maior participação da população quanto possível.

Conforme apontado por Butzke et al. (2009), entre os anos 1960 e 1970 surge a discussão sobre o desenvolvimento sustentável, tendo o conceito surgido em 1987 na Conferência das Nações Unidas e Nosso Futuro Comum. O território e o desenvolvimento sustentável começaram a ocupar as mesmas discussões há bem pouco tempo. Sachs (2008), apresenta os cinco pilares do desenvolvimento sustentável: social, ambiental, territorial, econômico e político; e reafirma que deve haver um equilíbrio entre estas cinco dimensões. O autor traz ainda que desenvolvimento sustentável é aquele que trabalha a dimensão ambiental e a dimensão social simultaneamente, sendo o desenvolvimento territorial um dos pilares do desenvolvimento sustentável, que está vinculado à distribuição espacial de atividades, população e recursos.

Ao falar sobre desenvolvimento territorial, nos deparamos com abordagens como a Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) e signos distintivos, como as Indicações Geográficas (IGs), as Denominações de Origem Controlada (DOCs) e as Marcas Coletivas, sendo esta última o enfoque deste trabalho.

A CBST é apresentada por Cazella et al. (2020) como uma articulação de instrumentos voltados para pormenorizar de forma conversacional os recursos e ativos territoriais específicos de forma a promover uma avaliação do atual estado dos componentes da CBST de determinado território. Para os autores, a abordagem pode funcionar como uma espécie de roteirização para o empreendimento de iniciativas que objetivem o DTS. Ainda de acordo com Cazella et al. (2020), essa abordagem ainda faz uma avaliação sobre a atuação dos diversos atores locais que promovem ações mercantis e não-mercantis que visam heterogeneidade e coerência dos atributos do território, com valorização de itens como cultura e ambiente naturais. Capellesso et al. (2021) trazem que para a promoção da CBST o diálogo frequente entre atores públicos, privados e associativos de um território, para que atuem de maneira coordenada na sustentação e benefício de uma oferta. Além disso, para os autores isto define ações de governança que buscam articulação de forma a obter-se uma proposta econômica e sustentavelmente viáveis, numa estratégia convergente ao desenvolvimento. Capelesso et al. (2021) apontam que a CBST traz uma mobilização de elementos que são relacionados ao patrimônio cultural, aos conhecimentos da população local e às tradições deste povo para promover a valorização dos produtos e serviços finais, através da identidade coletiva sobre a qual há uma sustentação de ações coletivas e coordenadas dos atores envolvidos. Os autores ainda indicam a CBST como de relevância na reflexão de possibilidades para o desenvolvimento de áreas rurais que são carentes de ações de modo a contribuir com sua inserção.

Dentro da abordagem dos signos distintivos, a Indicação Geográfica (IG) tem sua história no Brasil bem recente, com pouco menos de duas décadas, e a possibilidade de desenvolvimento oportunizada por este sinal distintivo possui uma razão de motivação significativa (Barbosa e Valente, 2020). Os artigos 177 e 178 da Lei no 9.279/1996 trazem em sua redação que a Indicação Geográfica é estabelecida pela Indicação de Procedência (IP) e pela Denominação de Origem (DO), assim estabelecidos (BRASIL, 1996):

“Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos”.

No Brasil, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) é quem se encarrega pela coordenação das políticas públicas de incentivo à agropecuária, fomento do agronegócio e regulamenta as atividades relacionadas a este setor (Freitas, 2022). De acordo com a autora, o Mapa celebrou um convênio em 2011 com a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina – Epagri, fazendo parte do Programa de Fomento à Propriedade Intelectual e Tecnologia da agropecuária, com ações voltadas ao Fomento à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários que tenham potencial para IG. Essas ações foram voltadas à pesquisa de potencial Indicação Geográfica da erva Mate produzida na região do Planalto Catarinense.

Cazella et al. (2019) trazem que a região da Serra Catarinense, devido a sua paisagem e clima característicos associados a seus atributos territoriais, tem componentes potenciais para CBST. Com o aumento da exploração do turismo rural, as atividades dos agricultores familiares da região da Serra Catarinense têm sofrido alterações quanto à diversificação da comercialização de seus produtos, tendo uma parte da produção feita artesanalmente vendida diretamente aos turistas, hospedagens e demais trabalhadores que prestam algum tipo de serviço àqueles que visitam a região (Cazella et al., 2019).

Em 2013, foi publicado o Manual dos Signos Distintivos, Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, documento que sistematiza conceitos e diretrizes sobre esses instrumentos de valorização territorial e diferenciação mercadológica (Barbosa e Valente, 2020).

As Marcas Coletivas (MCs) são signos distintivos utilizados por pessoas físicas ou jurídicas com o propósito de diferenciar produtos e serviços pertencentes a um grupo específico, distinguindo-os daqueles oferecidos por concorrentes (Barbosa e Valente, 2020). As autoras ressaltam a importância de não confundir as marcas coletivas com as indicações geográficas, pois possuem funções distintas. Além disso, enfatizam que imagens ou figuras que acompanham um nome geográfico não configuram, necessariamente, uma marca, mas sim uma representação figurativa.

No contexto jurídico brasileiro, Andrade e Canavez (2017) aprofundam a análise dos Signos Distintivos, destacando que a certificação de procedência de um produto está diretamente vinculada à sua origem geográfica, indicando a pluralidade de titulares em uma determinada região produtiva. Em contrapartida, a marca coletiva identifica um grupo ou entidade específica, sendo seu uso restrito aos membros dessa coletividade.

Barbosa e Valente (2020) explicam ainda que as MCs seguem o mesmo regramento aplicável ao registro de marcas individuais, estando sujeitas às restrições previstas no artigo 124 da Lei da Propriedade Industrial (LPI). Além disso, a LPI estabelece que apenas entidades coletivas, como sindicatos e cooperativas, podem requerer o registro de uma marca coletiva, garantindo que seu uso seja exclusivo aos membros associados e que sua principal função seja a identificação dos produtos e serviços dessa entidade.

**3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para realização deste trabalho, que busca compreender as ações de governança territorial em torno da marca Sabor Serrano, foi realizada uma pesquisa de metodologia qualitativa. A pesquisa qualitativa, de acordo com Godoy (1995), tem três caminhos a serem seguidos; análise de documentos, estudo de caso e etnografia. Neste trabalho, foi utilizado o caminho do estudo de caso. A pesquisa qualitativa busca a percepção dos atores envolvidos, considerando todos os pontos de vista existentes como relevantes e não permite generalizações. É uma forma de pesquisa bastante utilizada no campo das Ciências Sociais.

Minayo (2020) aponta que a origem da pesquisa qualitativa dentro do campo de Ciências Sociais no Brasil está relacionada ao IBGE. A autora frisa que esta origem trata do uso constante deste tipo de pesquisa no estudo que trabalha com grupos amplos. Para Neves (1996), a abordagem qualitativa conjectura um recorte temporal-espacial de um fato específico por parte do pesquisador. Ainda de acordo com a visão do autor, os pesquisadores das áreas relacionadas às Ciências Sociais teriam uma maior inquietação com o processo social ao invés da estrutura, e tem como foco a elucidação do contexto apresentado, e sempre que é possível, uma agregação de interesses com o processo que está sendo estudado.

Dentro do que caracteriza a pesquisa qualitativa, este estudo buscou pela realização de entrevistas estruturadas com representantes da marca Sabor Serrano e com diversos atores envolvidos nas ações de governança territorial, como produtores, políticos e empresários.

Além disto, foi realizada intensa pesquisa bibliográfica, utilizando busca em bibliotecas físicas e utilizando as palavras-chave “governança territorial”, “políticas públicas”, “desenvolvimento territorial sustentável” e “marcas coletivas” nos principais repositórios de materiais de pesquisa, como a plataforma Scielo. Para Sousa et al. (2021) a pesquisa bibliográfica busca o aprimoramento e uma atualização do conhecimento, com base em leituras e estudos sobre obras já publicadas e que possam ser relacionadas ao tema da pesquisa científica. Para estes autores, a pesquisa científica tem seu ponto de partida na pesquisa bibliográfica, com a busca do pesquisador por obras que tenham relevância para o trema, e que possam auxiliar na compreensão e análise do tema abordado na pesquisa. Lima e Mioto (2007) tratam a pesquisa bibliográfica como a técnica central da pesquisa científica, uma vez que é a partir dela que se mapeia as informações e da dos existentes no material escolhido, como também identifica as relações entre eles e seus pontos de consistência.

Por fim, este trabalho realizou um estudo de caso que tem como ponto principal a Sabor Serrano e suas relações com os produtores, de modo a compreender sua história, planejamento estratégico e ações relacionadas à marca. Para Yin (2001), o estudo de caso é a tática de pesquisa que busca o entendimento do “como” e “por que” da questão central da pesquisa. Para ele, o estudo de caso é a forma de avaliar os acontecimentos recentes, mas quando não existe a possibilidade de manuseio dos comportamentos relevantes. Godoy (1995) aponta o estudo de caso como sendo um tipo de pesquisa que tem por ponto principal um exemplar que é explorado de forma aprofundada. De acordo com o autor, o estudo de caso tem sido utilizado cada vez mais por pesquisadores das áreas de Ciências Sociais que tem como objetivo responder o “como” e “por que” de fatos que surgem quando a possibilidade de controle sobre os acontecimentos estudados é baixa, e quando há interesse nos eventos atuais que não podem ser analisados se não estiverem dentro de um contexto de realidade.

Este trabalho busca compreender de que forma (como) se dão as ações estratégicas e a governança territorial em torno da marca coletiva Sabor Serrano, e de que forma podem contribuir para a consolidação de marcas coletivas e desenvolvimento sustentável do território.

**4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Em maio de 2024, foi realizada uma visita de campo à região da Serra Catarinense com o objetivo de obter informações para responder às questões propostas neste estudo.

A marca Sabor Serrano, objeto do estudo de caso, surgiu como uma iniciativa do Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense (CISAMA), que compartilha sua sede com a Associação dos Municípios da Serra Catarinense (AMURES).

O CISAMA foi criado em 2009 a partir de um plano elaborado pelo Organização Não Governamental (ONG) Centro Vianei de Educação Popular, em parceria com a Amures (Farias; Ribeiro; Cazella, 2023), e teve os primeiros contratos de prestação de serviço de inspeção realizados em 2012, estabelecidos com o Programa de Desenvolvimento da Agricultura Familiar pela Agregação de Valor, que era coordenado pelo Consórcio. De acordo com os autores, a criação da Sabor Serrano permite verificar que as relações de desenvolvimento territorial e que foi sustentada através da governança firmada pelo Consórcio, evidenciando as relações de cooperação entre organizações privadas e públicas.

Segundo a diretoria executivo do CISAMA, a marca Sabor Serrano foi concebida inicialmente como um selo de identificação para auxiliar pequenos produtores da agroindústria familiar da região. No entanto, a primeira produtora a aderir ao programa teve seus produtos notificados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) devido à ausência de informações obrigatórias nos rótulos. Como resultado, a iniciativa precisou ser reformulada, e o que seria apenas um selo acabou se tornando um rótulo completo, contendo todas as exigências regulatórias.

A criação do Sabor Serrano (imagem 1) foi inspirada no selo Sabor Gaúcho, instituído no Rio Grande do Sul em 2012 por meio do Decreto Estadual nº 49.341, de 5 de julho de 2012. Esse decreto estabeleceu o Programa Estadual de Agroindústria Familiar e regulamentou o uso da marca de certificação "Sabor Gaúcho", tornando o Rio Grande do Sul pioneiro na implementação desse tipo de certificação para produtos da agricultura familiar.

Diagrama

O conteúdo gerado por IA pode estar incorreto.Figura 1: Marca Sabor Serrano

Fonte: CISAMA (2024)

Em termos de ações de planejamento, o CISAMA, em conjunto com a AMURES, dispõem de ações que buscam auxiliar os pequenos produtores da região. Entre elas estão a produção de rótulos a preço de custo; parceria com o SEBRAE para consultoria aos produtores; realização de projetos de alterações estruturais para adequação à legislação feita pela equipe de arquitetos da AMURES; a elaboração de placas para divulgação sem qualquer custo aos produtores. Embora essas ações auxiliem os produtores, mas não são articuladas de tal forma a se configurarem um planejamento estratégico, ponto que ainda necessita avanço.

Quanto a existência de legislação e políticas públicas, em âmbito nacional existe o Decreto no 5741/2006, que organiza o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária - SUASA. Este decreto estabelece as atividades permanentes realizadas pelo SUASA. O Art.7º do Decreto estabelece normas específicas de defesa agropecuária a serem observadas no que tange à agroindústria familiar, principalmente relacionadas à “produção rural para a preparação, a manipulação ou a armazenagem doméstica de produtos de origem agropecuária para consumo familiar, à venda ou no fornecimento a retalho ou a granel de pequenas quantidades de produtos da produção primária, direto ao consumidor final.

O SUASA também constitui os Sistemas Brasileiros de Inspeção de Produtos e Insumos Agropecuários, descritos no art. 130 do mesmo Decreto, sendo três: Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal; Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal e Sistemas Brasileiros de Inspeção de Insumos Agropecuários. Em suas três instâncias, dentro de suas áreas de competência, tem por finalidade, implantar, monitorar e gerenciar os procedimentos de certificação sanitária, fitossanitária e de identidade e qualidade.

Além do SUASA e SISBI, estabelecidos em decreto da União, é imprescindível citar o Selo Arte. Enquanto o SISBI tem como objetivo principal a harmonização e padronização dos procedimentos de inspeção e fiscalização dos produtos de origem animal (ADAB, s.d.), o Selo Arte trata-se de uma certificação que garante que o produto de origem animal foi produzido de forma totalmente artesanal, assegurando ainda que o produto possui propriedades diferenciadas e únicas, preparado de forma exclusiva de acordo com a região, tradição e cultura; adotando as Boas Práticas Agropecuárias e as Boas Práticas de Fabricação. O Selo Arte garante ao consumidor a qualidade e segurança do produto, além de mostrar que se trata de um produto genuíno e incomparável. Para que o produto seja considerado artesanal e consequentemente obtenha o Selo Arte, deve seguir os requisitos dispostos no decreto 11.099/2022, art. 5º (Brasil, 2022).

Em âmbito estadual no estado de Santa Catarina temos a Lei no 8.676/92, que dispõe sobre a política estadual de desenvolvimento rural e dá outras providências; além da Lei no 17.515/2018, que traz (Santa Catarina, 1992): “Art. 1º Ficam autorizados, aos estabelecimentos de pequeno porte e agroindústrias familiares registrados no Serviço de Inspeção Municipal (SIM), a comercialização de seus produtos nos Municípios integrantes da Associação de Municípios a que pertencem, sem registro no Serviço de Inspeção Estadual (SIE)”.

A Lei no 10.731/98 também é um marco importante nas legislações de âmbito estadual em Santa Catarina, pois dispões sobre o Programa de Fomento e de Desenvolvimento da Pequena Agroindústria Familiar Rural e Pesqueira, o PROPAGRO, que é voltado à melhoria das condições de vida de agricultores familiares e de pescadores que praticam pesca artesanal, estejam estes envolvidos em processos de produção de característica familiar.

Por fim, em âmbito municipal em Lages – SC, há o Serviço de Inspeção Municipal (SIM), regulamentado pelo Decreto 12.247/2011 e instituído pela Lei no 4630/2023. De acordo com o Art. 3º da Lei 4630/2023, a Secretaria Municipal da Agricultura e Pesca atuará em parceria com o CISAMA em cooperação técnica com o Estado de Santa Catarina e com a União, de modo a auxiliar nas atividades de inspeção sanitária de acordo com o estabelecido no SUASA; sendo responsável também pela adesão ao SISBI pelos municípios e estabelecimentos que manifestarem intenção de aderir ao Programa.

O CISAMA e a AMURES mantém a marca Sabor Serrano, que é voltada para produtos da agroindústria familiar, bem como também são responsáveis pelos selos de inspeção, de rastreabilidade e Selo Arte, além das Indicações Geográficas que na Serra são cinco os produtos que possuem: queijo, mel de melato de bracatinga, frescal, maçã fuji e vinhos de altitude. O CISAMA emitiu, até o momento desta pesquisa, cerca de 3 milhões de rótulos, que a medida que a legislação vai exigindo a inserção de informações, os rótulos vão tendo seu layout alterado, estando assim na 3ª versão de rótulo.

Durante a visita de campo, foi possível dialogar com três produtores da região: Lingmone, de carnes; Keylex, produtores de queijo; e por fim Doces Artesanais da Marina, produtores de panificados.

A Ligmone está sediada em Correia Pinto, município pertencente à região da Serra Catarinense, e surgiu em agosto de 2017, iniciando sua comercialização em maio do ano seguinte. A previsão da obtenção do Selo Arte estava prevista para 22 de maio de 2024. A Lingmone foi pioneira na área de carnes no uso do selo da marca territorial Serra Catarinense. Os proprietários, Jaqueline e Silvio, tem sociedade com o dono do terreno onde está sediada a produção, e tem como ponto fixo de vendas o Mercado Público de Lages, além de participação em feiras e eventos, como a Festa do Pinhão, tradicional no município de Lages. São produzidos cerca de 120 kg a 170 kg por semana, a depender da demanda; e estão passando por adequação para a liberação e utilização dos selos, como a mudança de nomenclatura de alguns produtos, a exemplo da Linguiça Blumenau que teve alteração para Linguiça Serrana. Os produtos utilizam como matéria prima base o lombo suíno, e estão em vias de lançar uma linha de produtos à base de carne de frango. A produção é feita apenas por Jaqueline e Silvio, sempre às segundas feiras, iniciando-se às 5h da manhã e saída apenas quando finalizada toda a produção semanal. Há uma dificuldade com a comercialização dos produtos devido às grandes indústrias ocuparem espaço; apesar de serem produtos artesanais e com baixo uso de conservantes e demais aditivos químicos, a Lingmone não consegue vender para a Secretaria de Educação da região, pois as nutricionistas da rede rejeitam os produtos com base na proporção de sódio estabelecida em lei. Possuem apoio do Banco da Família, e pagam cerca de R$ 0,40 (quarenta centavos) por cada rótulo. Utilizam a marca Sabor Serrano.

A Keylex também está localizada no município de Correia Pinto. O nome vem de “Queijaria do Alex”, como era conhecido antes da marca. A Keylex é marca própria, mas seguem utilizando o código de barras da Sabor Serrano, marca que utilizaram por cerca de um ano, até o registro da marca própria; e possuem Selo Arte para 18 produtos. A Keylex compra leite de outro produtor, que produz cerca de quatro mil litros por mês. Tem parceria com um produtor de iogurte, e fazem troca de insumos: fornecem leite e recebem iogurte. Além dos queijos produzidos, comercializam mel, vinho, própolis, cachaça, iogurte, salames entre outros, todos produtos de pequenos produtores da região. Tem dois funcionários, e se há aumento da demanda, contratam funcionários extras por pagamento de diárias. O leite utilizado é pasteurizado. O queijo colonial produzido pela Keylex passa por maturação por dez dias, e o queijo serrano por 60 dias. Produzem dez tipos de queijo, todos com Selo Arte, com exceção dos queijos trufados com goiabada, doce de leite e creme de avelã. Seu ponto de venda, além da pequena loja na frente do terreno onde ocorre a produção, há um stand no Mercado Público de Lages.

Os Doces Artesanais da Marina têm a sede da produção no sítio de dona Marina, localizado em Lages. Produtora de panificados, foi a primeira produtora de biscoitos a utilizar a Sabor Serrano. Marina iniciou sua produção há 11 anos, ocasião em que trabalhava com faxinas e seu marido era funcionário da rede de supermercados Myatã. Seus primeiros produtos vendidos foram duas cucas e um pacote de biscoitos. Já chegou a vender cerca de 100 cucas em um único sábado. Utiliza até os dias de hoje os rótulos do CISAMA. Tem como pontos de venda um stand no Mercado Público de Lages, que é compartilhado com outra produtora o que acaba gerando alguns conflitos devido à exposição dos produtos. Além do Mercado Público, participa de feira no Estádio de Lages, no Tanque e em outros pontos da cidade. A produção é semanal, de acordo com a demanda, e Marina utiliza o espaço da garagem de sua casa, que foi adequado conforme exigido em legislação para que pudesse comercializar seus produtos, e possui três pessoas trabalhando na produção.

De acordo com dados de junho de 2022 do CISAMA, 41 produtores estão vinculados ao Programa Sabor Serrano, sendo 22 ativos atualmente; e dados de agosto de 2021 mostram 21 produtores vinculados ao SIM com marca própria e vinculados ao Sabor Serrano, sendo 9 ativos atualmente.

Importante salientar que o CISAMA e a AMURES mantém também a marca Saber Serrano, voltada para produtos de artesanato; e em 2024, a AMURES lançou a marca territorial Serra Catarinense, que é outro signo distintivo, contando até o momento da escrita deste trabalho com 24 empresas cadastradas. A ideia é trazer fortalecimento do turismo e aumentar a visibilidade para a região serrana. O símbolo gráfico da marca, apresentado na figura 2, teve inspiração nas curvas das estradas da Serra, na Araucária e no pinhão.

Figura 2- marca Serra Catarinense

Ícone

O conteúdo gerado por IA pode estar incorreto.

Fonte: AMURES (2024)

Os produtores de agroindústria familiar já estão utilizando o selo com a marca na comercialização de seus produtos. O cadastramento está sendo feito através do site oficial da Serra Catarinense.

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A marca Sabor Serrano dispõe de uma estrutura voltada ao suporte das necessidades dos produtores da região, abrangendo desde a emissão de rótulos a preço de custo até a disponibilização da equipe de arquitetura da AMURES para auxiliar nas adequações exigidas pela legislação vigente. No entanto, não há um planejamento estratégico formalizado pelo CISAMA especificamente voltado para as ações da Sabor Serrano.

As análises aplicadas à marca revelaram que a ausência de um planejamento estratégico estruturado e a falta de ações coordenadas representam entraves significativos ao seu fortalecimento. As entrevistas e visitas de campo evidenciaram a necessidade urgente de maior colaboração entre produtores, organizações governamentais e a comunidade local. A adoção de estratégias de marketing territorial, aliada a um planejamento estratégico bem delineado, pode ampliar a visibilidade e a valorização dos produtos da Serra Catarinense, incentivando seu consumo e promovendo o desenvolvimento socioeconômico da região.

Embora seja frequentemente referida na literatura como uma marca coletiva, até 2024 a Sabor Serrano ainda não possuía registro formal como tal e seus associados são os municípios, e não os produtores. Além disso, segundo o diretor executivo do CISAMA, a marca enfrenta uma disputa judicial pelo uso do nome “Sabor Serrano”, o que reforça a necessidade de registro no INPI para garantir sua segurança jurídica e plena utilização como marca coletiva.

Dessa forma, torna-se essencial efetivar a Sabor Serrano como uma verdadeira marca coletiva, implementando estratégias que fortaleçam sua difusão e incentivem sua adoção pelos produtores locais. Isso contribuiria diretamente para o aumento da visibilidade e valorização dos produtos da região, fomentando sua comercialização e impulsionando a economia local. Considerando sua trajetória e as iniciativas já implementadas pelo CISAMA, é fundamental investir no fortalecimento da Sabor Serrano como marca coletiva, garantindo sua sustentabilidade e impacto a longo prazo.

Este estudo destacou a relevância das marcas coletivas no contexto do desenvolvimento territorial sustentável. Apesar dos esforços realizados, a Sabor Serrano ainda enfrenta desafios para se consolidar plenamente como marca coletiva. Além disso, os achados da pesquisa ressaltam a importância da formulação de um planejamento estratégico, cuja implementação pode beneficiar não apenas a marca, mas também contribuir para a melhoria da qualidade de vida das comunidades locais e a preservação da identidade cultural da região.

O fortalecimento da marca Sabor Serrano pode trazer inúmeros benefícios econômicos e sociais para a Serra Catarinense, incluindo o aumento da competitividade dos produtos regionais, a promoção da coesão social e a valorização da identidade territorial. Sua experiência pode servir de modelo para outras regiões interessadas na implementação de estratégias similares de desenvolvimento territorial sustentável.

Por fim, ao analisar as estratégias de governança territorial relacionadas à Sabor Serrano, constatou-se um esforço cooperativo entre diversos atores dos setores público e privado. Embora a ausência de um plano estratégico tenha impedido sua análise detalhada, foi possível verificar a existência de ações concretas, como a emissão de rótulos, a produção de placas de divulgação e a oferta de suporte técnico para adequações estruturais. Além disso, os produtores que optaram por desenvolver marcas próprias ainda reconhecem o papel da Sabor Serrano na ampliação de sua inserção no mercado. Como perspectiva para estudos futuros, recomenda-se uma análise aprofundada da governança territorial associada à marca Sabor Serrano.

Conclui-se que a gestão de marcas coletivas envolve dinâmicas complexas que exigem estratégias eficazes de governança e articulação entre diferentes agentes. Ao enfatizar a relevância das marcas coletivas e da governança territorial, espera-se que este estudo contribua para futuras iniciativas e pesquisas voltadas ao fortalecimento do desenvolvimento territorial sustentável em outras regiões do Brasil.

**REFERÊNCIAS**

ANDRADE, V. L. P.; CANAVEZ, L. L. Descaracterizando a função social dos signos distintivos coletivos: uma análise da primeira indicação geográfica de serviços. **Revista de Estudos Jurídicos UNESP**, Franca, ano 21, n. 33, p. 329-359, 2017.

ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO SERRANA. Amures, 2024. Homepage da Associação dos Municípios da Região Serrana. Disponível em: <https://amures.org.br/>. Acesso em: 15 mai. 2024.

BARBOSA, P. M. da S.; VALENTE, M. E. R. Considerações sobre sinais distintivos de uso coletivo: indicações geográficas, marcas coletivas e a possibilidade de valorização de uma coletividade. **Incaper em Revista**, Vitória, v. 11-12, p. 61-78, 2021.

BONETI, L. W. Políticas públicas por dentro. 1. ed. Ijuí: Unijuí, 2006.

BRASIL. Decreto nº 5.741, de 30 de março de 2006. Regulamenta os arts. 27-A, 28-A e 29-A da Lei nº 8.171, de 17 de janeiro de 1991, organiza o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 2006. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/\_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5741.htm>. Acesso em: 20 mai. 2024.

BRASIL. Decreto nº 11.099, de 21 de junho de 2022. Regulamenta o art. 10-A da Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, e a Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2019, para dispor sobre a elaboração e a comercialização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 2022. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/\_Ato2019-2022/2022/Decreto/D11099.htm>. Acesso em: 20 mai. 2024.

BRASIL. Lei Federal nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/Leis/l9279.htm>. Acesso em: 20 mai. 2024.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. Manual do processo de serviços incentivar o uso dos signos distintivos indicações geográficas e marcas coletivas. Brasília: MAPA, 2013.

BUTZKE, L.; THEIS, I. M.; GOULARTI, J. G. **Qual “desenvolvimento territorial sustentável” para Santa Catarina?** As secretarias de desenvolvimento regional em questão. Florianópolis: UFSC – NECAT, 2009. p. 4-5.

CAZELLA, A. A.; PAULA, L. G. N. de; MEDEIROS, M.; TURNES, V. A. A construção de um território de desenvolvimento rural: recursos e ativos territoriais específicos. **Redes** (Santa Cruz do Sul. Online), v. 24, n. 3, p. 49-74, 2019.

DALLABRIDA, V. R.; BECKER, D. F. Governança territorial: um primeiro passo na construção de uma proposta teórico-metodológica. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí: Unijuí, v. 1, n. 2, 2012.

FREITAS, K. M. de. Políticas públicas para o desenvolvimento das indicações geográficas brasileiras: um estudo de caso sobre as ações do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Revista Científica Multidisciplinar** Núcleo do Conhecimento, ano 7, ed. 03, v. 03, p. 80-100, mar. 2022. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/desenvolvimento-das-indicacoes>. Acesso em: 13 out. 2023.

HEIDEMANN, F. G.; SALM, F. J. **Políticas públicas e desenvolvimento**: bases epistemológicas e modelos de análise. 3. ed. Brasília: UnB, 2014.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Indicações Geográficas 2024**. Homepage do Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas>. Acesso em: 01 jun. 2024.

LACROIX A.; MOLLARD A.; PECQUEUR, B.. **Politiques de développement local et rente de qualité territoriale des produits alimentaires**. Journées internationales de la recherche pour la gestion des territoires ruraux sensibles, Apr 1998, Clermond-Ferrand, France.

LAGES. Decreto nº 12.247, de 18 de agosto de 2018. Regulamenta a Lei nº 3.733, de 14 de abril de 2011, que dispõe sobre a Constituição do Serviço de Inspeção Municipal e os procedimentos de acesso ao serviço de Inspeção Sanitária de estabelecimentos que 32 produzam bebidas e alimentos para comercialização de origem animal e vegetal no município e dá outras providencias. Diário Oficial de Lages: 18 ago. 2011. Disponível em: http://leismunicipa.is/tdesm. Acesso em: 21 mai. 2024.

LAGES. Lei nº 4.630, de 16 de março de 2023. Dispõe sobre o Serviço de Inspeção Municipal – SIM e os procedimentos para acesso ao Serviço, de estabelecimentos que produzem produtos de origem animal e dá outras providências. Diário Oficial de Lages: 22 mar. 2023. Disponível em: https://s3cache.dom.sc.gov.br/edicoes/2023/03/1679505118\_edicao\_4160\_assinada.pdf - page=1051. Acesso em: 21 mai. 2024.

PECQUEUR, B.. Qualité et développement territorial: l’hypothèse du panier de biens et services territorialisés. **Économie rurale**, vol. 261, n o 1, p. 37-49, 2001. Disponível em: https://www.persee.fr/docAsPDF/ecoru\_0013-0559\_2001\_num\_261\_1\_5217.pdf. Acesso em: 05 fev. 2024.

Ramos, I. da S., Turnes, V. A., Cazella, A. A., Pecqueur, B. (2024). Renda de qualidade territorial: da teoria francesa aos estudos brasileiros. **Desenvolvimento Em Questão,** *22*(61), e16116.

SACHS, I. Desenvolvimento includente, sustentável e sustentado. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SANTA CATARINA. Lei nº 8.676, de 17 de junho de 1992. Dispõe sobre a política estadual de desenvolvimento rural e dá outras providências. Diário Oficial do Estado de Santa Catarina, 17 jun. 1992. Disponível em: https://leis.alesc.sc.gov.br/html/1992/8676\_1992\_Lei.html. Acesso em: 01 jun. 2024.

SANTA CATARINA. Lei nº 10.731, de 30 de março de 1998. Dispõe sobre o Programa de Fomento e de Desenvolvimento da Pequena Agroindústria Familiar Rural e Pesqueira e estabelece outras providências. Diário Oficial do Estado de Santa Catarina, 30 mar. 1998. Disponível em: <http://leis.alesc.sc.gov.br/html/1998/10731\_1998\_Lei.html>. Acesso em: 01 jun. 2024.

SANTA CATARINA. Lei nº 17.515, de 27 de abril de 2018. Regulamenta a atividade de inspeção e comercialização de produtos de origem animal e vegetal para estabelecimentos de pequeno porte e agroindústria familiar (produtos artesanais), no Estado de Santa Catarina. Diário Oficial do Estado de Santa Catarina: 02 mai. 2018. Disponível em: https://portal.doe.sea.sc.gov.br/repositorio/2018/20180502/Jornal/1886.pdf. Acesso em: 01 jun. 2024.

SECCHI, L. **Análise de políticas públicas**: diagnóstico de problemas, recomendação de soluções. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2019.

TURNES, V., CAZELLA, A. A., PECQUEUR, B., GUZZATTI, T. C. Monitoramento de uma Cesta De Bens e Serviços Territoriais: a construção de um painel de indicadores. **Raízes: Revista De Ciências Sociais e Econômicas**, 42(1), 224–240, 2022.

1. Este artigo é parte dos resultados de atividades previstas nos seguintes projetos de pesquisa: 1) O Enfoque da Cesta de bens e serviços territoriais: modelo de análise do Desenvolvimento Territorial Sustentável (Edital Universal do CNPq); 2) Desenvolvimento territorial sustentável: interfaces entre a Cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais (Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapesc), Chamada Pública Fapesc nº 12/2020, Programa de Pesquisa Universal; 3) Inovação e transição sustentável: Cesta de bens e serviços em territórios amazônicos, Edital de chamada pública Confap nº 003/2022, Programa de apoio a projetos de pesquisa Iniciativa Amazônia +10, que conta com o financiamento da Fapesc (Termo de Outorga No 2022TR002173; 4) Desenvolvimento territorial sustentável: a Cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais, Edital de bolsa de produtividade em pesquisa CNPq – PQ 2022; 5) projeto integrador Coprodução, accountability e inovação: dilemas e perspectivas na administração pública contemporânea, do Grupo de Pesquisa Politeia, que contou com apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina, Fapesc, e da Universidade do Estado de Santa Catarina, Udesc, no âmbito do Edital de Chamada Pública – PAP FAPESC Nº 48/2022, Apoio à infraestrutura para grupos de pesquisa da Udesc (Termo de Outorga Nº 2023TR000519), com vigência de 2023 a 2025. [↑](#footnote-ref-1)
2. Para aprofundamento do tema ler: Lacroix, Mollard e Pecqueur (1998); Pecqueur (2001); Turnes et al. (2022), Ramos et al. (2024). [↑](#footnote-ref-2)